

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FILOZOFICKÁ FAKULTA

ÚSTAV INFORMAČNÍCH STUDIÍ A KNIHOVNICTVÍ



ALENA SVOBODOVÁ

ÚČELOVÉ MODIFIKACE INFORMACE
V KOMUNIKAČNÍM PROCESU

DIPLOMOVÁ PRÁCE

PRAHA 2010

KONZULTANT: PHDr. PETRA SLUKOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE: **PHDR. PETRA SLUKOVÁ**

OPONENT PRÁCE:

DATUM OBHAJOBY:

HODNOCENÍ:

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato diplomová práce byla umístěna v Ústřední knihovně UK a používána ke studijním účelům.

V Praze, 8. dubna 2010

.....

podpis diplomanta

BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM

SVOBODOVÁ, Alena. *Účelové modifikace informace v komunikačním procesu [Purpose-built modifications of information in the communication process]*. Praha, 2010. 73 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí diplomové práce PhDr. Petra Sluková.

ANOTACE

Tato diplomová práce se zabývá popisem a hodnocením možností účelového modifikování (pozměňování) informace během komunikačního procesu. V prvních dvou kapitolách jsou vysvětleny základní teoretické pojmy – fenomén informace a komunikační proces. Dále jsou blíže představeny různé praktiky, které lze při modifikaci informace použít, ať už je to práce s kontextem nebo zatajování důležitých částí informace. Ve čtvrté kapitole je pak s tímto ohledem rozebráno jedno z vydání talk show *Otázky Václava Moravce*.

ANNOTATION

This diploma thesis aims to describe and assess the possibilities of purpose-built modification (altering) of information that can occur during the communication process. Basic theoretical terms – the phenomenon of information and communication process – are explained in the first two chapters. Various techniques which can be used during the modification of information like playing with context or concealment of some important parts of the information are specified after that. One episode of talk show *Otázky Václava Moravce* is analysed in the fourth chapter.

KLÍČOVÁ SLOVA

Informace, modifikace, účel, záměr, komunikace, komunikační procesy, manipulace.

KEYWORDS

Information, intention, purpose, communication, communication process, manipulation.

OBSAH

PŘEDMLUVA	7
ÚVOD	9
1. INFORMACE	10
1.1 INFORMAČNÍ CHOVÁNÍ.....	11
1.2 ZAHLCENÍ INFORMACEMI	13
1.3 VLASTNÍ A ZPROSTŘEDKOVANÉ POZNÁNÍ.....	14
1.4 VÝZNAM	15
2. KOMUNIKAČNÍ PROCES	17
2.1 PŮVODCE A PŘÍJEMCE INFORMACE.....	19
2.2 PŘIJÍMÁNÍ A DEKÓDOVÁNÍ	20
3. MODIFIKACE INFORMACE	22
3.1 MANIPULACE, PERSVAZE, KLAMÁNÍ.....	22
3.2 LEŽ, KLAMÁNÍ A JEJICH ROZPOZNÁVÁNÍ.....	24
3.3 DEZINFORMACE	25
3.3.1 PROPAGANDA.....	27
3.3.2 ZATAJOVÁNÍ INFORMACE (NEBO JEJÍ ČÁSTI)	28
3.3.3 ZABRAŇOVÁNÍ PŘÍSTUPU K INFORMACÍM.....	28
3.4 EMOCIONÁLNÍ ZABARVENÍ INFORMACE	29
3.4.1 DENOTATIVNÍ A KONOTATIVNÍ VÝZNAM.....	31
3.5 ADRESOVÁNÍ INFORMACÍ.....	31
3.6. IMPLIKATURY	32
3.6.1 PRESUPOZICE	33
3.6.2 PRAGMATICKÉ IMPLIKATURY	34
3.7 AGOVÁNÍ.....	35
3.8 PARADOXNÍ KOMUNIKACE.....	36
3.8.1 DVOJNÁ VAZBA.....	37
3.9 KOMUNIKAČNÍ MANÉVROVÁNÍ	39

3.9.1 BÍLÁ LEŽ.....	39
3.9.2 POLOPRAVDA	40
3.9.3 ZMĚNA KONTEXTU INFORMACE.....	41
3.9.3.1 Dvojsmysly	42
3.9.3.2 Ironie	43
3.9.3.2.1 Nepravé intence.....	44
3.9.4 DISKVALIFIKOVÁNÍ	44
3.9.5 MYSTIFIKACE	45
3.9.6 ZÁMĚRNÁ NESROZUMITELNOST.....	46
3.9.7 SUGEROVÁNÍ.....	46
3.9.7.1 Sugestibilita.....	47
3.9.8 GENERALIZOVÁNÍ	48
4. OBSAHOVÁ ANALÝZA POŘADU OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE S JIŘÍM PAROUBKEM A MÍRKEM TOPOLÁNKEM.....	50
4.1 CÍL VÝZKUMU	50
4.2. PŘEDMĚT OBSAHOVÉ ANALÝZY.....	50
4.3 PŘEDPOKLÁDANÝ VÝSLEDEK.....	51
4.4 VÝSLEDKY ANALÝZY A JEJICH INTERPRETACE	52
4.4.1 DISKVALIFIKOVÁNÍ	52
4.4.2 SUGEROVÁNÍ.....	57
4.4.3 PROPAGANDA.....	58
4.4.4 POLOPRAVDA	59
4.4.5 EMOCIONALIZACE.....	62
4.4.6 IRONIE.....	63
4.5 SHRNUÍ.....	64
5. ZÁVĚR.....	66
LITERATURA.....	68

PŘEDMLUVA

Cílem této diplomové práce je popsat různé metody, které lze použít k modifikování informace, a zhodnotit jejich dopad na kvalitu této informace.

Pro toto téma jsem se rozhodla už z toho důvodu, že je v podstatě vždy aktuální – nezávisle na místě a době. Svět informací a klamání neexistuje jen sám pro sebe kdesi mimo realitu, ale blízce se dotýká každého z nás. Téma rovněž vnímám jako úzce spjaté s naším oborem, protože jeho základními body jsou komunikace a informace (a její pravdivostní hodnota).

Podle mého názoru se to, za jakým účelem je informace komunikována, jak je s ní v komunikačním procesu zacházeno a jakým způsobem je adresátem pochopena, našeho oboru bezprostředně dotýká. Informační výměnu může ovlivnit motivace toho, kdo informacemi disponuje, do té míry, že dá přednost možnosti korigovat chování adresáta před neporušeností informace. Protože však téma této práce přesahuje také do psychologie, teorie masových médií nebo politiky, okrajově nahlédneme i do těchto oborů.

Většinu dostupné literatury k tématu lze popsat jako zaměřenou na téma klamání, na to, jak je rozpoznatelné, a na jeho praktické dopady. Jenom málo se pak její autoři soustředí na samotnou informaci, která je komunikována, a na to, do jaké míry je klamáním změněna. Vesměs se pohybují na ose pravda-lež. Informační pohled na věc proto vnímám jako přínos této práce k tématu.

V textu je ze slohových důvodů používán termín člověk, který je sice mužského rodu a není v tomto smyslu genderově neutrální, vztahuje se však na muže i ženy. Uvozovkami jsou značeny ukázky přímé řeči. Kurzívou jsou značeny vlastní názvy knih či pořadů, výrazy z cizích jazyků, zdůrazněná slova a přímé citace z knih a článků (v tomto případě následuje odkaz na poznámku pod čarou s příslušnou citací).

Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou popsány termíny informace a komunikace a především jsou zde definovány principy a metody toho, jak lze informaci v komunikačním procesu účelově pozměnit. V praktické části je pak ilustrováno použití těchto metod v praxi.

Práce je rozdělena do čtyř kapitol:

První kapitola se teoreticky zabývá fenoménem informace (co všechno informace je a není), definicí toho, co je význam, vlastní a zprostředkované poznání a zahlcení informacemi, a dále naším informačním chováním. Do práce je tato kapitola zařazena z toho důvodu, že tvoří základ pro pochopení hlavní části práce.

Druhá kapitola osvětluje komunikační proces a to, co lze a nelze považovat za komunikaci. Je zde popsán rozdíl mezi původcem a příjemcem informace a problematika přijímání a dekodování v komunikaci. Důvod pro její zařazení je stejný jako u první kapitoly, totiž že z této teorie vychází kapitola třetí.

Třetí kapitola, stěžejní část této práce, se v úvodu zabývá rozdílem mezi přesvědčováním (persvazí) a manipulací a také vírou lidí v jejich schopnost odhalit lež, polopравdu a manipulaci. Dále už jsou představeny různé metody, jak se dá s informací manipulovat. Z této kapitoly je nejdůležitější podkapitola o komunikačním manévrování (ironie, bílá lež atd.).

Praktickou částí práce je čtvrtá kapitola, ve které je provedena obsahová analýza pořadu *Otázky Václava Moravce* vysílaného 3. ledna 2010. Cílem je prokázat, že metody představené v teoretické části, se vztahují ke skutečnému světu.

Tato práce je vytvořena na základě studia pramenů souvisejících s problematikou a na základě rešerše v odborných internetových databázích. Použité zdroje jsou citovány dle normy ISO 690, resp. ISO 690-2. Záznamy jsou řazeny abecedně. Z uvedené normy vychází zvolená citační metoda – citování pomocí prvního údaje záznamu a data vydání. Rozsah této diplomové práce je 73 stran.

Ráda bych poděkovala PhDr. Petře Slukové za věcné připomínky v průběhu jejího zpracování.

ÚVOD

„Bez výjimky každá informace dochází k nám nějak zdeformovaná a zubožená.“

„Představa, že informace mohou být uloženy v měnícím se světě, aniž by byla drtivě znehodnocena jejich hodnota, je falešná. Je to sotva méně falešně než tvrzení, že po válce můžeme vzít naše stávající zbraně a vyplnit jejich hlavní informacemi.“

Norbert Wiener

Účelové pozměnění informace může být snadno vnímáno podobně jako klamání, které má u většiny lidí jakousi negativní konotaci. Účelové modifikace informace a klamání ovšem nejsou synonyma. Klamáním se pro účely této práce rozumí vědomé uvádění druhého člověka v omyl, což je definice, která pro účelovou modifikaci neplatí, neboť to není jejím hlavním účelem. Jejím cílem může být například vylepšení společenských vztahů, ačkoliv při tom může dojít k uvedení druhého v omyl.

Cílem této práce je v co největší šíři osvětlit, na jakých principech metody modifikace informace fungují a do jaké míry mění pravdivostní hodnotu této informace. Lze se totiž domnívat, že každé pozměnění informace ji automaticky nemění v nepravdu či lež.

Hned na počátku se rovněž rýsuje otázka, co je vlastně opakem pravdy, kterou se práce pokusí zodpovědět. Další otázkou, kterou si tato práce klade, je to, kdy se klamavé jednání určitého jedince ještě nachází v přijatelné poloze a kdy již dojde k překročení hranice přípustnosti.

Práce se zároveň pokusí ozřejmit, kdy modifikace (úpravy) informace nastávají úmyslně a kdy neúmyslně, blíže zabývat se ovšem bude pouze účelovými (záměrnými) modifikacemi. Modifikací se rozumí změna, přizpůsobení či úprava, v tomto případě za nějakým účelem.

1. INFORMACE

V odborné literatuře neexistuje žádná jednotná definice pojmu informace (z latinského *informare* – uvádět ve tvar, dodávat tvar, tvořit, vytvářet představu, pojem). Definice se liší podle toho, z jakého hlediska je informace zkoumána. V současnosti se výraz informace používá ve čtyřech základních termínech¹:

- početní míra odstranění neuspořádanosti (entropie), míra organizace v systému;
- psychofyzilogický jev a proces v lidském vědomí;
- signály, impulzy a obrazy cirkulující v technických zařízeních;
- výraz různorodosti v objektech a procesech živé, popř. i neživé přírody.

V informační vědě a knihovnictví se informací rozumí především sdělení, komunikovatelný poznatek, který má pro příjemce význam, nebo údaj usnadňující volbu mezi alternativními rozhodovacími možnostmi.² Informace je přitom chápána jako hodnotově neutrální. Hodnotu jí přisuzuje až člověk během procesu poznání (nelze ji tedy považovat za samotný poznatek, ale za jeho předpoklad).

Informace se z mnoha důvodů nedá redukovat tak, jak se to děje v jejím kybernetickém pojetí. Kdyby totiž byla jen odstraněnou neurčitostí, jak kybernetické pojetí informace naznačuje, museli bychom vždy předem vědět, jak a do jaké míry bude neurčitost danou informací odstraněna. Přesto je informace většinou chápána jako zdroj poznání. V nynějším pojetí se za informace považují především sdělení, která subjekt vědomě přenáší na jiné subjekty, a také chování jako doplňující a eventuálně korigující sdělené informace³.

Informace má zásadní význam pro fungování společnosti jako celku i pro jednotlivé společenské útvary. Aby splnila společenský význam, který od ní očekáváme, musí být v procesu přenosu. Informování představuje model předávání určitého obsahu od vysílače k příjemci. Tento model předpokládá vysílač a příjemce a

¹ CEJPEK, J., *Informace, komunikace a myšlení*, s. 12.

² Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy /TDKIV/ [online]. Dostupné z URL: http://sigma.nkp.cz:4505/F/?func=file&file_name=find-a&local_base=ktl.

³ MLEZIVA, E., *Diktatura informací*, s. 14.

nepřikládá význam myšlence, že informace je něco, co může být získáno z prostředí, např. měřením nebo pozorováním.

S tímto modelem a s pojmem informace jako takovým úzce souvisí pojem zpráva. Ta se od informace odlišuje tím, že je objektivní, existuje sama o sobě, přičemž představuje údaj na fyzickém nosiči. Informace coby zpráva nemusí být přesná, může to být klam nebo jen zvuk zavíraných dveří. Informace v tomto pojetí je jednoduše nějaká zpráva, kterou si vysílač vytvořil.

O informacích existují představy, které Mleziva označuje jako iluze⁴:

1. Informace jsou od toho, aby nás informovaly. Tak to bylo vždy a bude i nadále. Víc není třeba.
2. Informace jsou potřebné a užitečné, někdy i zajímavé. K ničemu jinému nejsou.
3. Informace odpovídají skutečnosti, jaká je.
4. Svět je takový, jak nám jej představují informace, které přijímáme. Představu o světě si vytváříme z informací.
5. Přijímáme jen ty informace, které můžeme využít ve svém životě.
6. Informace jsou zásadně pravdivé a objektivní; těm důvěřujeme.
7. Informace chybné nebo klamné poznáme a odmítáme.

Mleziva nabízí následující definici informace: *Některé informace jsou tvořeny jedním údajem, jiné jsou složené; v nich jednotlivé údaje na sebe navazují a tvoří jeden celek. Charakteristická pro informace je možnost manipulovat s nimi, měnit je, modifikovat. Lze je slučovat, rozkládat, kombinovat, obměňovat*⁵.

1.1 Informační chování

T. D. Wilson⁶ rozlišuje lidské informační aktivity a jejich výzkum takto:

- Informační chování je obecně lidské chování ve vztahu ke zdrojům a kanálům informací, zahrnující aktivní i pasivní hledání informací a jejich použití. Zahrnuje přímou komunikaci s dalšími lidmi stejně jako pasivní přijímání informací (lidé

⁴ MLEZIVA, E., *Diktatura informací*, s. 7.

⁵ *Ibid.*, s. 17.

⁶ WILSON, T. D., *Human information behavior*.

například sledují televizní reklamy bez záměru se podle předkládaných informací chovat).

- Chování při hledání informací je účelné hledání informací jako následek potřeby splnit určitý úkol. V průběhu hledání může jedinec vstupovat v interakci s manuálními informačními systémy (např. novinami či knihovnou) nebo počítačovými, v tomto případě vyhledávacími systémy.
- Chování při vyhledávání informací je mikroúroveň chování uživatele během interakce s informačními systémy všech druhů. Zahrnuje všechny interakce se systémem, ať už na úrovni interakce člověka s počítačem nebo na intelektuální úrovni (např. určení kritérií pro rozhodování, která ze dvou knih sousedících na polici knihovny je užitečnější). Tato intelektuální úroveň zahrnuje rovněž mentální činnosti, jako je hodnocení relevance vyhledaných informací.

Z informačního úhlu pohledu všechny aktivity zahrnují zpracovávání informací, tudíž jsou prací s informacemi. Přesná schémata práce s informacemi závisí na daném člověku, jeho informačním chování nebo dostupných informacích (závislých na jeho informačním horizontu a kontextu a situaci dané aktivity). Lidé mají individuální zkušenosti a emoce, které působí jako omezující, deformující nebo informaci vůbec nepropouštějící filtry.⁷

K tomu, abychom mohli stále nová fakta zpracovat, je třeba své mentální mapy permanentně opravovat a někdy dokonce radikálně změnit, pokud k tomu máme potřebné množství informací. Může se pak stát, že tyto informace nevědomky vytěsníme, ačkoliv obrana našeho pohledu na svět může být jen zdánlivě méně náročná než úsilí vynaložené při jeho přehodnocení.

Množství teorií a přístupů v oblasti výzkumu informačního chování může být považováno za příznak toho, že jedním z hlavních zájmů studií o hledání a využívání informací je to, jak vlastně pojmut lidskou informační aktivitu. Jedním z nejtýpčtějších přístupů je sledování individuálního informačního chování, zkoumání informační aktivity v pracovních skupinách a studie založené za zadávání úkolů při vyhledávání a využití informací.⁸

⁷ HUYILA, I., Information work analysis.

⁸ Ibid.

Výzkum uskutečněný Millerem⁹ a jeho kolegy v osmdesátých letech naznačuje, že jednotlivci si osvojí jednu či dvě techniky, které jim pomáhají vyrovnat se s tím, když jsou konfrontováni s negativní událostí: kontrolu nebo otupění. Ti, kteří volí kontrolu, touží po informacích, ať už pozitivních či negativních, protože tyto informace snižují jejich pocit úzkosti, pokud se k nim dostanou ve velkém množství. Tito lidé jsou motivováni k vyhledávání informací, když čelí potencionálně negativní události. A naopak – ti, kteří volí otupění, netíhnou k tomu zjišťovat nové informace a preferují vysokou nejistotu před zjištěním negativní informace. Tito lidé mají tendence k ignorování negativních informací a zaměřují se na informace pozitivní. Mohou také popírat to, že se negativní událost vůbec stala, aby se vyhnuli informacím o ní.

1.2 Zahlčení informacemi

Nárůst množství informací v dnešní době klade velký důraz na schopnosti člověka se v nich orientovat. Současný snížený zájem o informace je zřejmě daný na jedné straně jejich množstvím a na druhé straně nemožností je obsáhnout a využít. Naproti tomu je v populaci zvláštní zájem o informace určitého druhu – bez ohledu na jejich kvalitu.¹⁰

Podle Mlezivy jen v malé míře rozlišujeme potencionální informace (znakově, textem, obrazem, zvukem zaznamenané znalosti a zkušenosti) od informace, kterou vědomě přijímáme svou myslí a mozem¹¹. Člověk se proto může cítit informacemi zahlcen, ačkoliv všechny potencionální informace se nemusejí vždy změnit v relevantní.

Zároveň se ne všechny vyhledané informace hodí pro kýžený účel. Podle způsobu zpracování informací můžeme určit, zda jsou pro nás vhodné (výzkumné zprávy, úvahy, popularizující články, zprávy atd.). Kvalitní informace jsou takové, které dokáží vyhovět potřebám uživatele nebo skupiny uživatelů.¹² Nejdůležitějším kritériem by pak měla být jejich důvěryhodnost.

⁹ DILLOW, M. R.; MORSE, CH. R., Romantic Reconciliation as Influenced by Implicit Theories of Relationships and Information Seeking Style.

¹⁰ MLEZIVA, E., *Diktatura informací*, s. 12.

¹¹ Ibid.

¹² SKLENÁK, V. et al., *Data, informace, znalosti a Internet*.

Psycholog J. G. Miller stanovil sedm rozdílných kategorií – možných odpovědí organismu na přesyčení¹³:

1. vypuštění, vynechání (*omission*) – nezvládnutí zpracovat některé vstupy a podněty;
2. chyba (*error*) – chyba při zpracování informací;
3. sekvenční zpracování (*queuing*) – záměrné zdržování při zpracování některých informací se záměrem to časem dohnat;
4. filtrování (*filtering*) – zpracování pouze těch informací, které jsou identifikovány jako informace s vysokou prioritou;
5. zrovnoceňování (*approximation*) – snížení standardů rozlišování jednotlivých informací tím, že je snížena přesnost při hodnocení vstupů a výstupů;
6. rozdílné kanály (*multiple channels*) – rozdělení příchozích informací (vstupů) na menší celky s cílem rozdělit i odpovědi (výstupy);
7. útěk (*escaping*) – kompletní ignorování příchozích informací.

Množství informací, které jsme nuceni zpracovávat, v praxi u většiny lidí snižuje možnost kontroly správnosti těchto informací. Kvanta informací, dostupná zejména na internetu a rozmnožovaná moderními reprodukčními prostředky, poukazují na značný rozdíl mezi jejich produkcí a využitím. Prakticky se potřeba informací u jednotlivce omezuje na velmi malé množství podle jeho profese a zájmů.¹⁴

1.3 Vlastní a zprostředkované poznání

Pro tuto práci je klíčový rozdíl mezi širším pojetím informace, které informací rozumí i primární zdroje vlastního poznání, a užším pojetím, které počítá jen s nepřímým (zprostředkovaným) poznáním.

Vlastní (osobní) poznání se někdy označuje také jako přímé a je založeno zejména na smyslových vjemech a jejich zpracování. Nepřímé poznání je zprostředkováno dalším článkem – médiem. Tímto médiem nejsou myšlena jen masmédiá, ale například i třetí osoba. Pro zprostředkované informace realizované

¹³ PŘÍBRAMSKÁ, I., *Úvod do informačního chování*.

¹⁴ MLEZIVA, E., *Diktatura informací*, s. 34.

v rámci komunikace (na rozdíl od přímých informací) je určujícím znakem polarita původce a příjemce informací a jejich zájmů.

V každodenním životě člověk získává informace čerpáním z poznatků jak vlastních, tak zprostředkovaných. Omezuje se tak možnost omylů či klamů vlastních i cizích. Nastávají ovšem situace, kdy získané poznatky vzájemně kolidují – odporují si či se přímo vylučují. Ze vzájemného popírání informací pak vyplývá závěr, že nemohou být všechny pravdivé, čili že část z nich je buď nepravdivá, nebo záměrně klamná.¹⁵

1.4 Význam

Význam *významu* je jedním ze stále diskutovaných předmětů zájmu v lidské komunikaci. Příkladem může být muž, který k nám pronáší slova: „Moje žena je nemocná“. Můžeme říct, že signál právě zachycený naším uchem znamená: právě řečená slova jsou ‚moje žena je nemocná‘. Toto je jen jedna z možností toho, co můžeme nazvat významem. Společně s Claudem Shannonem bychom ho nazvali primárním významem.

Existuje rovněž sémantický význam, totiž že mužova manželka *je* nemocná, ne zdravá nebo mrtvá. Oba významy – jak sémantický, tak primární, jsou nositeli informace. Redukují nejistotu ohledně fyzické kondice mužovy manželky v případě sémantického významu. Stejně tak poskytují informace o přeneseném signálu v případě primárního významu.

Oba druhy významu mohou být shrnuty do jednoho teoretického rámce jako obsahující informace. Stejný výrok platí, i když je ovlivněn fyzickým či sémantickým ruchem – například hlukem z dopravy nebo silným cizím přízvukem muže, se kterým hovoříme. Sémantický význam v tomto případě stále nese informace, i když se může stát poněkud vágním, například „mužova manželka je *nejspíš* nemocná“.

Sémantický význam není jen význam druhotný. Řečená slova mohou rovněž znamenat, že muž nemá moc peněz – což je pravděpodobně přesně to, co svými slovy myslel. Může těmito slovy myslet, že je čas s tím něco udělat. Nebo jeho výrok může

¹⁵ MLEZIVA, E., *Encyklopedie lži, podvádění a klamání*, s. 16-17.

mít ten význam, že muž je lhář, pokud víme, že jeho manželce se rozhodně daří dobře. Význam bude nositelem informace, ať už se jedná o jakoukoliv alternativu.¹⁶

¹⁶ TODA, M., Information-receiving behavior of man.

2. KOMUNIKAČNÍ PROCES

Studium komunikace je v moderní době předmětem pozoruhodného zájmu, zdá se však, že tento termín je používán v různých významech. Někdy je termín komunikace užíván pro studium funkce jazyka a významu slov nebo pro zkoumání informačního procesu.

Základními prvky v komunikačním procesu jsou odesílatel (komunikátor), zpráva (komuniké) a příjemce (komunikant). Termín komunikace vychází z latinského *communis* – společný. Tak je vyjádřena snaha dosáhnout společnosti s někým.

V odborné literatuře je komunikace většinou definována jako proces vytváření významu mezi dvěma či více lidmi, jako vzájemná výměna sdílených významů. Komunikační výměnou je myšleno nejen sdělování (např. pomocí jazykových znaků nebo neslovních způsobů), ale též sdílení – příkladem je přihlížející ve skupinové diskuzi. Karel Hausenblas ve svém širokém pojetí pojal komunikaci nikoli jen jako proudění informace, ale i jako podílení se na celku komunikace a na povaze či dopadu zprávy třeba jen tím, že jsme přítomni.

Jestliže vyjdeme z předpokladu, že veškeré chování v interakční situaci má význam sdělení (je komunikací), vyplývá z toho, že nelze nekomunikovat. I neaktivita a mlčení dávají cosi najevo, konkrétně zavřené oči člověka v dopravním prostředku znamenají, že dotyčný zřejmě nechce být rušen.

Většina komunikace je intencionální, čili je vedena za nějakým účelem, existuje ale i komunikace bez intence (nezamýšlené vyslání zprávy či bezmyšlenkovité gesto)¹⁷. V průběhu komunikace je žádoucí si stanovit, aby předávání informací bylo záměrné. Pouhá reakce na nějaký podnět nebo neúmyslné předání informace nepředstavuje komunikaci v tom pravém slova smyslu, i když se taková situace často prezentuje jako předávání symbolů nesoucích informace.¹⁸

Můžeme rozlišit následující typy sdělování v komunikaci:

1. slovní (verbální) komunikace – využívá se slovních výrazů v mluvené či psané formě a dalších odvozených znakových soustav;

¹⁷ VYBÍRAL, Z., *Psychologie komunikace*, s. 40.

¹⁸ KUNCZIK, M., *Základy masové komunikace*, s. 12.

2. mimoslovní (nonverbální) komunikace – zahrnuje mimoslovní prostředky, mezi něž patří pohledy, gesta, doteky, prostorové umístění, pohyby, výrazy tváře, neverbální aspekty řeči jako takové;
3. komunikace činem – člověk se chová určitým způsobem v dané situaci, nositelem komunikačního obsahu je čin jako sled především neverbálních komunikačních aktů.

Vybíral¹⁹ mezi hlavní funkce komunikace řadí informování (informativní funkce), instruování (instruktátní funkce), přesvědčení adresáta ke změně názoru (persvazivní funkce), vyjednávání (funkce vyjednávací nebo operativní) a pobavení (funkce zábavní). Mluvčí se někdy zaměřuje více na formu komunikace než na její obsah, Vybíral proto k předchozím přidává navíc funkci kontaktování se (fatická nebo kontaktní funkce) a předvádění se (sebe-prezentační funkce).

Za pojmem komunikace by se neměl vidět pouze proces vysílání informací, důležitou složkou je rovněž pochopení vysílané informace.

V některých definicích komunikace jako procesu mezi dvěma lidmi se zdůrazňuje fakt zkonstruované reprezentace v mysli příjemce, podobné té, kterou má na mysli produktor. Jeden člověk má o něčem představu a snaží se ji předat tak, aby si velmi podobnou představu (např. o popisovaném třetím člověku) vytvořil příjemce.²⁰

Teorie přenosu informace spočívá v tom, že množství informace, které bylo přeneseno prostřednictvím určitého signálu, se rovná rozdílu mezi stavem vědomostí příjemce před obdržetím signálu a po něm. Proto se očekává, že při příjmu zprávy příjemce plně využije znalosti, kterými již předem disponuje.

Některé z příčin nestability v lidské komunikaci je třeba hledat v nestabilitě vztahu mezi člověkem a světem, který ho obklopuje. V komunikaci existuje mnoho proměnných, se kterými se musíme vypořádat, mnoho z nich ani není statisticky zjištělných.

Proces komunikace nejlépe znázorníme tzv. „komunikačním modelem.“ Na jeho počátku stojí odesílatel; tedy ten, kdo chce komunikovat (...). Svůj myšlenkový impulz musí ovšem odesílatel převést do určitého kódu, zpravidla slovního nebo symbolického. (...) V další fázi musí být zabezpečen přenos, jehož prostřednictvím se

¹⁹ VYBÍRAL, Z., *Psychologie komunikace*, s. 31-32.

²⁰ VYBÍRAL, Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, s. 27.

kód dostane k příjemci. Ten zprávu (...) dešifruje a zpětnou vazbou potvrdí, že informaci přijal a že jí porozuměl. To vše je již na první pohled dosti komplikované a náchylné k chybám. Při druhém (...) se všechno může ukázat jako ještě daleko obtížnější.²¹

2.1. Původce a příjemce informace

Celá komunikace se skládá z různě velkých a různě uvědomělých pohybů a přenosů informací. Pro informaci realizovanou v rámci komunikace je klíčový rozdíl mezi jejím původcem či zprostředkovatelem a příjemcem. Pro oba má informace rozdílnou hodnotu: pro jednoho je zdrojem poznání, pro druhého možností působit na adresáta.

Původce²²:

- ví o informacích, zná jejich obsah, rozsah, zaměření, hodnotu,
- může s nimi volně nakládat, sdělovat je, rozšiřovat nebo zadržovat,
- může kalkulovat se zájmem o ně, vložit do nich určitý záměr, manipulovat s jejich užitnou hodnotou a podle toho je směřovat za reciproční hodnoty,
- volí adresáta podle vlastní úvahy,
- zná adresáta nebo si získá informace o něm a podle toho určuje postup.

Příjemce má jen dvě možnosti – informace přijmout, či odmítnout. Záleží přitom²³:

- na příjemci samém, na jeho kritičnosti a snaze přezkoumat hodnotu, kterou pro něho informace má;
- na informaci, na její kvalitě ve vztahu ke skutečnosti, na jejím určení a na její pravdivosti.

²¹ HLAVÁČEK, L., *Že bychom si nerozuměli?*, s. 10.

²² MLEZIVA, E., *Diktatura informací*, s. 52.

²³ *Ibid.*, s. 12.

Zdá se tedy, že původce informace je oproti zájemci o ni ve výhodě. Opačná situace ovšem nastane, když je sám zájemce iniciátorem. Může si pak vybrat, o které informace má zájem a od koho je chce získat.

Můžeme se domnívat, že informace zprostředkované během komunikace jsou téměř vždy něčím motivovány. Pokud jsou takové informace klamně, je tato motivace rozhodující a je z pochopitelných důvodů zatajována. Původce informace má v tomto případě silný zájem na tom, aby jím šířené informace byly přijaty.

Informace, které sice byly vytvořeny, ale nebyly sděleny (předány jiným), můžeme označit jako fakultativní. Dá se sice předpokládat, že existují, není však možné je využívat²⁴.

2.2 Přijímání a dekodování

Proces vytvoření hypotézy (předpokladu možného stavu skutečnosti) v komunikaci je závislý na uložených datech, která jsou na základě podobných charakteristik a souvislostí seskupeny. Nová data jsou porovnávána s jednotlivými soubory dat a poté vnímána jako vhodná či shodná, nebo jako nevhodná, tedy nepoužitelná. Toto spojování informací a vyřazování dat vede k vytvoření hypotézy.

Whaley uvádí, že v souvislosti s tímto procesem vnímání a chápání lze vysvětlit i proces nesprávného vnímání. Nesprávná hypotéza může vzniknout ve dvou případech: 1.) vstupní senzory (lidské smysly) nepracují správně; nebo 2.) je chybná lidská kognitivní strategie vytvářející hypotézu. V prvním případě jde o fyziologickou poruchu, ve druhém o psychologickou.²⁵

Vzájemná komunikace může být špatně srozumitelná a význam přenesených informací nejasný i při nerušeném spojení, například při zanedbání zásad spojení. V takové situaci bude vytvořená hypotéza značně nejistá i za předpokladu správné funkce smyslů a kognitivní strategie.²⁶

Lze předpokládat, že jen výjimečně příjemce porozumí zprávě přesně tak, jak ji produktor zamýšlel. Podle Vybírala není pravděpodobné, že by se v mysli obou

²⁴ MLEZIVA, E., *Diktatura informací*, s. 14-15.

²⁵ WHALEY, B., *Toward a General Theory of Deception*.

²⁶ GERWEHR, S., GLENN, R., *The Art of Darkness: Deception and Urban Operations*.

účastníků komunikace překryly veškeré symbolické struktury, a příjemce tak spíše jen má dojem, že víceméně rozumí tomu, co mu chce (někdy i proč) druhý člověk říct. Součástí dekodování a porozumění se tak stávají omyly, chybné analýzy sdělení i prostor, který se příjemci nabízí pro aktivní domýšlení.²⁷

Původce komunikace by měl předem počítat s tím, že adresát svým způsobem dotváří adresované sdělení v procesu dekodování. Čím větší okruh adresátů je, tím se také zvětšuje možnost odlišné interpretace sdělení, z nichž ani jedna nemusí být přesnou interpretací toho, co produktor zamýšlel říci.

Řečnická výpověď je v jistém smyslu neúplná, často jen náznaková. Platí nevyřčená dohoda o tom, že některé části jsou zamlčeny a že řečník počítá se schopností a ochotou posluchačů domýšlet si naznačené i jejich předchozí informovaností nebo schopností zevšeobecnění a abstrakce.²⁸

Příjem zprávy můžeme popsat jako aktivní proces vyznačující se rychlostí, výběrovostí, zkreslením, stereotypy, zapojováním předchozích zkušeností apod. Přijímat sdělení tak, jak byla víceméně zamýšlena, nám usnadňuje fakt, že zpráva často implicitně obsahuje instrukci, jak ji máme vnímat a jak si ji vyložit. Tuto instrukci (vyjádřenou např. mimikou či ironií) můžeme přijmout, odmítnout, přehlédnout, vyložit si ji po svém, zlehčit ji nebo se dotázat na její platnost („Teď si děláš legraci, vid“?).²⁹ Porozumění informaci ovlivňují stereotypy, první dojem a podmíněno je i kontextem.

Původce někdy vysílá informace, které mohou být zavádějící, pokud jsou dekodovány podle konvenčních pravidel. Původce a příjemce se tak vlastně ocitají v herní situaci.

²⁷ VYBÍRAL, Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, s. 55.

²⁸ RYBÁR, L., *Základy rétorickej komunikácie*, s. 92.

²⁹ VYBÍRAL, Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, s. 55-56.

3. MODIFIKACE INFORMACE

3.1 Manipulace, persvaze, klamání

Manipulaci a persvazi (přesvědčování) lze pokládat za výrazy pro tuto práci klíčové, přesto je nelze na základě odborné literatury jednoznačně definovat. Každý odborník, ať už se jedná o lingvistu, logika, sociologa či mediálního teoretika, si tyto termíny vykládá poněkud odlišně. V jedné věci se ovšem vesměs shodují: persvaze a manipulace není totéž. Odborná literatura se rovněž vesměs shoduje v tom, že persvaze plynule přechází v manipulaci, přičemž dochází k tomu, že se v určitém úseku překrývají. Proto je tak obtížné je odlišit.

Hranice mezi persvazí a manipulací se jeví jako nejasná a záleží zde na kontextu: někteří lidé mohou být zmanipulováni pomocí sdělení, které na jiné z různých důvodů nepůsobí. To, do jaké míry je člověk náchylný ke zmanipulování, nezáleží jen na jeho osobnosti, ale také na konkrétní situaci, stavu mysli atd. Mnoho forem komerční, politické a náboženské persvaze může být eticky v pořádku, přesto se můžeme cítit být těmito technikami manipulování.

Hana Srpová uvádí, že základní rysy persvaze a manipulace se neliší: záměr je vědomý, cíl – ovlivnit chování, postoje a přesvědčení adresátů – je specifikován a jedná se o proces realizovaný v rámci lidské komunikace. Srpová zároveň uvádí rozdíly: při manipulaci je svoboda rozhodování adresátovi ponechána jen zdánlivě. Manipulátor sice používá obdobné prostředky jako při persvazi, ale kromě nich využívá např. záměrně nepravdivé tvrzení nebo záměrné zamlčení informací, které pro zdroj a jeho cíl mohou být nepříznivé. Adresát zde nemá reálnou možnost výběru.³⁰

Srpová nakonec dochází k závěru, že jediným rozlišovacím faktorem je to, zda má z dané změny věci prospěch zdroj manipulace či persvaze, nebo (hlavně) adresát. Podle tohoto aspektu bychom pak měli použít buď termín persvaze, nebo manipulace.³¹ Pokud například masmédiu podporuje určitého politického kandidáta, může tak činit jak pomocí persvaze (argumenty, fakta), tak i manipulace (zatajování nebo zjednodušování informací).

³⁰ SRPOVÁ, H. Manipulace a persvaze.

³¹ Ibid.

Manipulátor může druhé ovlivňovat často už jen z pozice svého společenského stavu. Rodiče mohou manipulovat svými dětmi z pozice síly a autority, profesori svými studenty díky svému postavení a vědomostem, novináři z hlediska svého postavení prostředníka atd. To neznamená, že by děti nemohly zmanipulovat své rodiče nebo student svého profesora, neděje se tak ale z pozice síly, ale jako forma nesouhlasu či odporu a nebo ad hoc, na základě osobních charakteristik.

Pro persvazi i manipulaci platí, že součástí obojího může být i zasažení emocionální oblasti. Jinými slovy – persvazi můžeme popsat jako zásah do myšlení, manipulaci jako zásah do vnějšího projevu člověka. Zdá se, že oba procesy mohou probíhat současně. Určitá informace příjemce přesvědčí a na základě toho nějak jedná (zakoupí si výrobek, podepíše petici, dá peníze na charitu). Je důležité zdůraznit, že zatímco persvaze se obejde bez manipulace, obráceně to neplatí.

Za ojedinělý lze pokládat Farkasův názor, který se zabývá přemírou informací ve vztahu k manipulaci: *Aktuální je, především v médiích, manipulace prostřednictvím přemíry informací. Manipulovaný přitom ztrácí jakýkoli přehled a snadno přehlédne pro něj důležitá fakta nebo zamlčované nedostatky (např. před volbami). Jednotlivcova naprostá nevědomost je ideálním předpokladem úspěšnosti těchto metod – a samozřejmě lidská přirozenost sama o sobě.*³²

Pojem klamání má sice s persvazí a manipulací mnoho společného, pro účely této práce se jím ale rozumí takové jednání, které zahrnuje prvek uvádění v omyl (zkreslení či deformace reality), který u předchozích dvou pojmů nutně zapojen být nemusí.

Ne vždy, když se od druhého nedozvíme pravdu, se musí jednat o úmyslné uvádění v omyl – paranoik, který druhého přesvědčuje, že se ho někdo pokouší zabít, nikoho neklame, protože je přesvědčen o své pravdě. Naopak za klamání lze označit situaci, když jedna dívka žádá druhou, aby jí půjčila líčidla. Ta odpoví, že si líčidla nekoupila. Řekla pravdu, protože kosmetiku dostala darem. Přesto se jedná o klamání, protože dívka ve své společnosti cílevědomě navodila pocit, že líčidla nemá. Klamat lze tedy i pravdou, popřípadě i pravdou, kterou adresát vnímá jako nepravdu.

Klamání existuje i v přírodě, rozdíl mezi člověkem a přírodou je však v tom, že člověk sice *někdy* provádí klamnou činnost též nevědomě (oklame sám sebe nebo neúmyslně i ostatní), ale zpravidla klame vědomě s cílem získání výhody nad

³² FARKAS, V., *Lži za války a v míru*, s. 78.

ostatními. *Klamání je účelové chování (aktivní-pasivní) jednoho subjektu (původce) se záměrem, aby jiný subjekt (adresát) nabyl, vytvořil si nebo si ponechal představu o dané skutečnosti rozdílnou od té, kterou má on sám.*³³

Každá činnost mající za následek klamání se skládá ze dvou hlavních částí – disimulace (záměrné zastírání skutečného stavu) a simulace (předstírání, tzn. záměrné zviditelňování nesprávného obrazu reality).

3.2 Lež, klamání a jejich rozpoznávání

Za lež můžeme označit tvrzení, které lhář pokládá za nepravdivé a které sděluje se záměrem oklamat adresáta tohoto tvrzení. Kořeny této tradice v nahlížení na lež lze vysledovat už u sv. Augustina. Proti tomu můžeme namítnout, že lež nelze definovat jenom tímto způsobem, neboť existují případy lži, pro které by tato definice neplatila.

Největší význam pro kvalitu informace by měla mít její pravdivost, tj. do jaké míry tato informace odpovídá skutečnosti. K jedné pravdě může být vytvořeno různé množství nepravd a lží, které se za pravdu mohou vydávat, pokud jsou pokládány za pravděpodobnější (a lež už ze své podstaty často působí pravděpodobněji než pravda). Vztah mezi pravdou a lží není přímočaře reciproční, nemusí proti sobě vždy stát v opozici. Některé pravdy proti sobě žádnou lež nemají a některé lži proti sobě nemají pravdu, ale nepravdu (vzniklou nejčastěji omylem) nebo jinou lež.³⁴

Víru v to, že lidé nejsou příliš schopní rozpoznat klamání, lze označit za konsensus mezi psychology, při jejichž studiích mají účastníci posoudit, co je pravda a co lež, a odhadnout procento pravd a lží, které správně odhalili. V rozsáhlé literatuře o těchto výzkumech je procento rozpoznání pravdy a lži v průměru 54 %. Procento správného odhadu přitom poněkud kolísá napříč různými studii.³⁵

Jedná se ovšem o skupinové výzkumy, takže jde o průměrnou schopnost určité skupiny odhalit lež, u jednotlivců tyto schopnosti příliš zmapovány nejsou.

Badatelé mají většinou za to, že lidé se liší v umění odhalit lež a že přesnost rozpoznání lži částečně závisí na individuální dekodovací schopnosti. Nebyly ovšem

³³ MLEZIVA, E., *Encyklopedie lži, podvádění a klamání*, s. 30.

³⁴ *Ibid.*, s. 26.

³⁵ BOND, C. F.; DEPAULO, B. M., *Accuracy of deception judgment*.

zjištěny žádné specifické vlastnosti u lidí, kteří mají nadprůměrně dobře vyvinutou schopnost poznat lež. Podle jedné alternativní hypotézy nereflektují zjištěné odlišnosti v odhalování lži nic jiného než náhodu. Kraut (1980) má za to, že lidé se v tomto ohledu liší jen málo. Levine, Park a McCornack (1999) nenašli žádnou spojitost mezi schopností jednotlivce odhalit lež a schopností toho samého člověka odhalit pravdu.³⁶

Společenské vědy mají obecně za to, že neverbální signály jsou nejlepším důkazem o klamání. Podle Kalbfleische jsou ovšem verbální signály důležitější pro rozpoznání klamání než signály neverbální. McCornack a Levine došli ke stejnému závěru – klamání je podle nich pravděpodobně způsobeno porušením pragmatických pravidel komunikace a v tom případě jeho odhalení spočívá v převedení takovýchto porušení do přijatelné komunikační formy.³⁷

Zdá se, že někteří lidé mají vyšší očekávání, co se týče upřímnosti druhých. Jinými slovy jsou tu ti, kteří vidí kličkování jako přijatelnou komunikační strategii pro dosažení svého cíle, ti, kteří vidí pravdomluvnost jako neodlučitelně spjatou s integritou osobnosti a klamání odmítají, a početná skupina těch, kteří se pohybují mezi těmito dvěma extrémy. Míra, do jaké lidé považují klamání za akceptovatelné, zřejmě ovlivňuje produkci, zpracování i výsledek komunikace. Neznamena to, že bychom měli být v běžné komunikaci vždy podezíraví a nedůvěřiví. Podle Belly DePaulo jsou každodenní lži většinou neplánované a jen málo významné bílé lži (tj. lži, ze kterých mívají prospěch i ostatní).³⁸

3.3 Dezinformace

Podle definice v České terminologické databázi knihovnictví a informační vědy je dezinformace *záměrně nepravdivá (falešná, lživá, nesprávná, zkreslená) informace sdělovaná s cílem uvést v omyl a ovlivnit příjemce tím, že ji bude považovat za pravdivou a důvěryhodnou*³⁹. Někdy se pro ni používají i termíny kvaziinformace či malinformace. Hlavním rysem dezinformace je to, že musí mít *určité racionální jádro*,

³⁶ BOND Jr., Ch. F.; DEPAULO, B. M. *Individual differences in judging deceptions*.

³⁷ SAKAGUCHI, J. A. *Appearing to deceive while answering questions*.

³⁸ DEPAULO, B. M. et al., *Lying in everyday life*.

³⁹ Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy /TDKIV/ [online]. Dostupné z URL: <http://sigma.nkp.cz:4505/F/?func=file&file_name=find-a&local_base=ktid>.

*procento ověřitelných faktů či reálnou kostru, na kterou je dezinformační poselství navěšené*⁴⁰, tzn. že určité množství informací musí být ověřitelné a reálné.

Klíčovou vlastností dezinformace je rovněž její záměrnost. Úmysl zde funguje jako nezbytný a nutný předpoklad – záměrnou manipulací se mění kvalita informace. To lze pokládat za zásadní rozdíl oproti zprávám, které nejsou pravdivé kvůli neznalosti či omylu tvůrce.

Existují dezinformace pasivní a aktivní. V případě pasivní dezinformace dochází k manipulaci již existující informace, což si můžeme představit jako její zpoždění, zatajení či likvidaci. Při aktivní dezinformaci jsou informace vyráběny či záměrně pozměňovány.

*Co se týče aktivní dezinformace, lze říci, že propaganda a dezinformace mají úspěch v případě, kdy lidi netřeba přesvědčovat, protože propagandistické či dezinformační poselství je jen utvrzuje v jejich názorech*⁴¹.

U pasivní dezinformace se pak jedná především o utajení či maskování nějaké skutečnosti, která by prozradila naše záměry či možnosti – patří sem mimo jiné cenzura, odvádění pozornosti od důležitých faktů nebo zabraňování přístupu k informacím.

*Lži je možno zjistiť a odmítnou kritickým vyhodnotením vzhľadom k jejich pôvodu (autorovi, tendencím, pravdepodobnosti), srovnávaním s jinými informacemi téhož obsahu a věcným ověřovaním. U pečlivě pripravených dezinformáci je postup obtížnejší práve proto, že pôvodce se snaží dodat jim věrohodnosť ruznými argumenty a brániť možnosťom jejich ověřování.*⁴²

Dezinformace bývá adresována většímu počtu lidí či celé společnosti a jejím původcem bývá spíše instituce nebo společenský systém než jedinec. Často je z tohoto důvodu profesionalizována⁴³. Už z toho vyplývá, že dezinformačním kanálem bývají tisk a veřejnoprávní média. To ale neznamená, že by se o šíření dezinformace nemohl pokoušet jednotlivec.

⁴⁰ BITTMAN, L., Československo a mezinárodní dezinformace.

⁴¹ BITTMAN, L., *Mezinárodní dezinformace, černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*, s. 96.

⁴² MLEZIVA, E., *Encyklopedie lži, podvádění a klamání*, s. 210.

⁴³ *Ibid.*, s. 56.

3.3.1 Propaganda

Pojem propaganda pochází z latinského *propagare* (šířit). Poprvé byl tento pojem použit v souvislosti se založením kongregace pro rozšiřování víry (*Congregatio de propaganda fide*), institucí, která měla šířit katolickou víru mezi nekatolíky a pohany. Propagandu lze definovat jako specifický způsob šíření a prezentace zpráv, jehož cílem je ovlivnit mínění a postoje lidí spíše než nestranné předávání informací.

Typické je pro ni používání argumentů, které jsou založeny především na emocích jednotlivce, pudech, kolektivní emotivnosti a citovosti, sugesci, kolektivní personifikaci, vůdcovském mýtu, symbolizaci apod., a zároveň neklade důraz na ověřování a faktickou argumentaci.

Termín propaganda dnes může být vnímán negativně, ačkoliv původně byla jeho konotace neutrální. Současnou konotaci získala propaganda až počátkem 20. století v souvislosti s I. světovou válkou, kdy se tak začalo označovat šíření klamavých a falešných myšlenek.

Propaganda nepoužívá jednoznačné lži, ale při prezentování informací většinou chybí pro daný účinek nežádoucí, ale jinak podstatná fakta, která určitému tvrzení odporují. Cílem propagandy bývá posílit nějakou myšlenku neustálým opakováním téhož a zároveň vyloučit alternativní řešení nebo nápady.

Můžeme najít společné rysy mezi propagandou a Public Relations (PR) – obojímu se dá vytknout zkreslování skutečnosti vynecháním podstatných informací a užívání emotivně zabarvených slov. Zapojeny jsou i obdobné metody šíření: letáky, rozhlas, televize, tisk. Předmětem propagandy však bývají spíše politické či nacionální myšlenky, tedy většinou abstraktní pojmy, u reklamy a PR jsou to spíše komerční zájmy, popřípadě image firmy nebo jednotlivce.

Propagandu lze klasifikovat podle zdroje a povahy sdělení jako bílou, černou a šedou. Bílá (přímá, otevřená) propaganda přichází z otevřených identifikovatelných zdrojů, používá standardní PR techniky a jednostrannou prezentaci argumentů. Černá (nepřímá, skrytá) propaganda pochází z jednoho zdroje, který není znám. Může také pocházet z nepřátelské země nebo organizace, která je veřejností přijímána negativně nebo je vnímána jako kontroverzní. U tzv. šedé propagandy není identifikovatelný její zdroj, ale je zřejmé, že se jedná o propagandu.

3.3.2 Zatajování informace (nebo její části)

Důležitým pojmem je v kontextu této podkapitoly entyméma – zamlčení či zamlžení některých informací, které jsou buď obecně známé nebo které autor sdělení záměrně vynechává vzhledem ke své přesvědčovací strategii (vynechá důležitou informaci a promýšlí informaci jinou tak, aby se zpráva jevila jako úplná). V některých případech je zatajování informace nebo její části klamáním, jindy není. Záleží především na tom, jestli byla mezi příjemcem a odesilatelem uzavřena dohoda, podle níž se má za všech okolností říkat pravda.

Při restrikci informace jde o vyloučení těch jejích částí, které by mohly vytvářet o skutečnosti nežádoucí dojem, a naopak o ponechání, eventuálně zdůraznění částí, kterými chce původce na adresáta působit. Při vhodném výběru se pak výjimky jeví jako obecně platné. V reklamě například stojí, že zboží je zlevněno o 20-80 %. Z počtu výrobků je ale jen jeden lacinější o 80 %, ostatní o 20 %.⁴⁴

Oproti lhaní má zatajování informace jeden aspekt, který lze vnímat jako výhodu. Původce si nemusí pamatovat to, že s nějakou informací takto pracoval. Pokud je při zatajování některých informací přistižen, může své chování vysvětlit tak, že se právě chystal o pravdě informovat nebo že pravdu nesděloval, neboť se domníval, že ji všichni už znají.

Změnit rozsah informace lze i druhým směrem, kdy se informace rozšiřuje a doplňuje o části, které posouvají nebo i podstatně mění její smysl, eventuálně o balastní prvky, které tento smysl zatemňují. Například při špionáži je úmyslně vysíláno nadbytečné množství informací, které neslouží ke komunikaci, ale ke zmatení protivníka.⁴⁵

3.3.3 Zabraňování přístupu k informacím

Rozdíl mezi utajováním informace a zabraňováním přístupu k ní je v tom, že adresát ve druhém případě ví o existenci určitých informací a zároveň má aktivní snahu se s nimi blíže seznámit. Druhá strana, původce, brání adresátovi v přístupu buď

⁴⁴ MLEZIVA, E., *Encyklopedie lži, podvádění a klamání*, s. 60.

⁴⁵ *Ibid.*, s. 61.

preventivně, nebo v reakci na jeho projevenou snahu se k informaci dostat (jedním z prostředků, jak adresátovi zabránit v přístupu k informacím, je cenzura). Nejedná se jen o obvyklou praxi totalitních režimů, ale blokování informací provádějí například firmy kvůli zachování svých obchodních tajemství.

Právo na informace může být základním nástrojem pro výkon dalších politických práv, jako je právo podílet se na správě věcí veřejných, práva petičního nebo shromažďovacího. Na druhé straně může docházet ke střetům s právem, které upravuje ochranu před neoprávněným zasahováním do soukromého a rodinného života prostřednictvím zveřejňování nebo jiného zneužívání osobních údajů. Proto se v určitých případech právo na informace omezuje.

V průběhu existence moderního demokratického uspořádání a legislativy s tím spojené vykryštalizovaly na základě zkušeností mnoha zemí principy tvorby zákonů o svobodném přístupu k informacím. Veškeré doposud vypracované obecné koncepce však mají povahu doporučení či orientačních měřítek, nejedná se tedy o závazné mezinárodní standardy. Informace týkající se veřejné správy by přesto měly být vždy považovány za veřejné a veřejnosti přístupné.

3.4 Emocionální zbarvení informace

Některé informace (teroristický útok, násilí páchané na dětech) vyvolávají emoce samy o sobě a jejich emotivní prvky nemusí mluvit nijak zdůrazňovat. Původce informace ovšem někdy může původní informaci cíleně zbarvit emocemi, které v ní implicitně obsaženy nejsou. Jeho cílem bývá zapůsobit na příjemce a zvýšit důležitost, kterou má této informaci přisoudit.

Emocionální zbarvení informace souvisí s neverbální stránkou komunikace a také s paralingvistickými prostředky v komunikaci, s formální stránkou řeči – tónem hlasu, intenzitou řeči nebo pomlčkami.

Emocionálně laděná slova dělíme na absolutní a kontextuální. Absolutní slova v sobě nesou emoci vždy, bez ohledu na okolní slova. Kontextuální slova pak svoji emocionalitu získávají teprve umístěním do kontextu mezi jiná slova. Například

“svrchovaně spravedlivý” vnímáme jako kladné emocionálně nabitě dvousloví bez ohledu na kontext. “Přísný” je emocionálně kladné nebo záporné, záleží na kontextu.⁴⁶

Emocionalizaci verbálního diskurzu lze označit za jednu z charakteristik současné rétoriky. Může apelovat na hodnoty (odpovědnost, úcta) či emoce (strach, lítost) druhého, ale nevypovídá nic o pravdivosti výroku. Podle autorky práce je však představa, že nějaký výrok bude buď jen logický, nebo jen emotivní podobně zavádějící jako představa, že člověk může být buď vysoký, nebo tlustý. Stejně jako jsou nezávislé výška a váha, existují nezávisle na sobě logické argumenty a emotivní apelování.

V případě emocionalizace se nejedná o *skutečnou* modifikaci informace ve smyslu změny obsahu. Jde o výklad informace a u výkladu bychom měli předpokládat jistou tendenční interpretaci. V tomto případě nečelíme lži či nepravdivé informaci, přijatá fakta však musíme sami interpretovat a oprostit je od citových nánosů, abychom přijatou informaci mohli vnímat neutrálně.

U této podkapitoly se na okamžik zastavíme u apelování na emoce diváků v médiích. Děje se tak především prostřednictvím takzvaných inscenačních prvků (mediální teoretici používají spíše termín konstruování reality, který vychází z konstrukcionistické teorie Stuarta Halla): detailů tváře, filmových úhlů kamery, hudebního doprovodu nebo užívání emotivních slov. Jedná se o prvky, které mají komentující charakter a mohou ovlivnit názor diváka.

Pro úplnost je třeba dodat, že určité zkreslení reality v médiích je podle mnoha odborníků nevyhnutelné.⁴⁷ Už definice zprávy ve zpravodajství na druhou stranu naznačuje, že emocionalizace by se ve zpravodajství neměla zneužívat:

*Zpráva, coby základní kámen zpravodajství, je definována jako žurnalisticky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane nebo nestane, nebo o změně nějakého stavu. Fakta, děje nebo myšlenky při tom pouze zaznamenává, sumarizuje a konstatuje.*⁴⁸

⁴⁶ BINKA, B., *Ubráníme se? – pokus o stručnou typologii současné mediální komunikace, část 1.*

⁴⁷ FISKE, J., *Introduction to Communication Studies.*

⁴⁸ OSVALDOVÁ, B., *Zpráva.*

3.4.1 Denotativní a konotativní význam

Informace může mít denotativní a konotativní význam. Denotativní význam obvykle není třeba dlouze analyzovat. Pokud vidíme například malý kříž na řetízku, jeho denotativním významem je dřevěný křížek, zatímco konotativní význam odkazuje k náboženství.

Z hlediska manipulace lze denotativní rovinu popsat jako málo problematickou, i když manipulaci vyloučit nelze. Některé události, například sociálně znepokojivé jevy, tragické nebo radostné události, mají samy o sobě silný emotivní náboj, který se dá zneužít.

Konotativní význam v sobě zahrnuje prvky, které divák může s určitou věcí spojovat a které ho mohou ovlivnit. Jedná se o subjektivní, často emotivní zabarvení zapříčiněné například předchozí zkušeností. Poměrně časté jsou kulturně determinované konotace. Angličan si například může spojit obraz bílé a rudé růže s rody Lancasterů a Yorků a tzv. Válkou růží.

Takovéto konotace nemusejí být vždy vyvolané úmyslně. Pokud mluvíme o politice s někým, kdo má náhodou zelenou kravatu (a nebo ji například vidíme na reportérovi v reportáži o politické straně), můžeme být v pokušení spojovat barvu jeho kravaty s jeho polickými názory (Stranou zelených).

Konotativní významy existují společně s významy denotativními. V některých případech může divák chápat konotativní významy jako denotativní (ve smyslu „realita je opravdu taková“).⁴⁹

3.5 Adresování informací

Adresování neboli zacílení informací je charakteristické pro média, ale i jednotlivci určité informace jedné osobě sdělí a druhé naopak nesdělí.

Při komunikaci probíhá výměna informací mezi subjekty: tato výměna se označuje jako dvoupólová, případně vícepólová komunikace. Existuje také pojetí, podle něhož probíhá i tzv. jednopólová komunikace, kdy je známý pouze producent.

⁴⁹ FISKE, J., *Introduction to Communication Studies*, s. 87.

Adresát je určen některými znaky (příjemce, odběratel, konzument), popř. je vydělen demograficky (ženy, mládež, odborníci). Právě tato jednopólová komunikace je pro masová média charakteristická – na proud takto adresovaných informací můžeme reagovat často jen omezeně.⁵⁰

Při adresování informace její producent jednak reflektuje potřeby a zájmy lidí, jednak nejspíš bude propagovat zájmy své. Lze předpokládat, že při distribuci informace bude praktikovat tzv. diverzifikaci – rozhodne se, co komu sdělit nebo koho naopak do seznamu adresátů nezařadit, ať už proto, že daný adresát nemá k tématu vztah, nebo distributor neuzná za vhodné mu tyto informace sdělit.⁵¹

3.6 Implikatury⁵²

Implikatury (naznačené informace) jsou spjaty s procesem vysuzování (inference), což je schopnost příjemce sdělení z textu vysoudit informace vzhledem ke svým zkušenostem a znalostem. Během komunikace totiž můžeme používat výrazy, které vytvářejí určitou konotaci, určitá myšlenková spojení. Lidé ve vzájemné komunikaci často spoléhají na to, že smysl toho, co chtějí říci, do značné míry vplyne z komunikační situace, nebo z toho, že se komunikující dobře znají. Důvěrně známí lidé mohou spolu komunikovat i tím, že spolu mlčí⁵³.

*Implikatury často příjemce nemůže interpretovat bez širšího komunikačního kontextu. Při její interpretaci potřebuje také konkrétní interpretační kontext, který neexistuje dlouhodobě, nýbrž je vytvářen jako část interpretačního procesu.*⁵⁴ Jedná se o velmi složité jevy na hranici psycholingvistiky a kognitivních věd.

Existují implikatury⁵⁵:

1. speciální (PCI = *particularized conversational implicature*) – nastávají pouze v rámci specifických kontextuálních předpokladů, jsou tedy nepravidelné a proměnlivé;

⁵⁰ MLEZIVA, E., *Diktatura informací*, s. 25.

⁵¹ Ibid., s. 23.

⁵² HOFFMANNOVÁ, J., *Stylistika a...*

⁵³ CEJPEK, J., *Informace, komunikace a myšlení*, s. 50.

⁵⁴ HOFFMANNOVÁ, J., *Stylistika a...*, s. 92.

⁵⁵ LEVINSON, S., *Presumptive Meanings*, s. 16.

2. obecné (GCI = *generalized conversational implicature*) – nastávají ve všech kontextech, ve kterých je použito výrazů, které ji aktivují, naopak nenastávají, jestliže jsou přítomny specifické kontextuální předpoklady, které ji ruší.

Vezměme si otázku „Kde je Jan?“ a odpověď „Někteří hosté už odcházejí“. Speciální implikaturou by bylo vědomí, že Jan možná taky odešel, obecnou implikaturou zase nevyřčené upozornění, že všichni ještě neodcházejí.

Implikatur lze též využít, pokud mluvčí poruší Griceovu maximu relevance (tedy to, co je v daném okamžiku komunikace důležité, relevantní). Pokud se posluchači nezdá být partnerova výpověď dostatečně relevantní, snaží se získat z jeho odpovědi informaci, která relevantní je. Touto relevantní informací je často právě implikatura. Pokud například přítel na otázku „Jak ti chutnalo?“ odpoví „Příprava ti asi zabrala hodně času“, může adresát za implikaturu považovat kritické hodnocení pokrmu a neochotu tuto informaci explicitně vyjádřit.

Vědou, která se zabývá studiem implikatur, je pragmatická lingvistika, která se zajímá o vztah významu doslovného (explicitně vyjádřeného jazykovými prostředky) a významu zamýšleného, implikovaného, který třeba právě odpovídá záměru mluvčího. Podavatelem formulovaná výpověď často umožňuje více různých interpretací. Rozhodující pak nemusí být explicitní sdělení, ale to, co lze z výpovědi vyrozumět. Pragmatická lingvistika se tedy neptá „Co to znamená?“, nýbrž „Co tím myslíš?“. Předpokládá přitom, že existuje rozdíl mezi tím, co je řečeno a co je implikováno.

Podnět k rozvoji této vědy dala teorie mluvních aktů, která zaměřila svou pozornost na zkoumání funkce výpovědí, na uskutečňování záměrů mluvčích, na jednání, která jsou prostřednictvím výpovědí realizována. Současně připravila půdu snahám vykládat strukturu textu včetně jeho pragmatické dimenze, tj. významů spojených s komunikačním kontextem, se vztahy mezi mluvčím, adresátem a textem.

3.6.1 Presupozice

S implikacemi úzce souvisí termín presupozice. Tím se rozumí určitý soubor předpokladů, se kterými mluvčí vstupuje do komunikace, promítá je do své výpovědi a

považuje je za fakt před započítím komunikace. Všechny známé informace, o kterých předpokládáme, že partner při komunikaci zná, nemůžeme explicitně vyslovit.

Pragmatické presupozice partner z textu vyvodí vysuzováním (inferencí). Např. *ve výpovědi „Nezajdeme do kina?“ mluvčí vyjadřuje nejen nabídku, ale i předpoklad/presupozici, že s tímto návrhem bude adresát souhlasit*⁵⁶.

3.6.2 Pragmatické implikatury

Pragmatické implikatury využívají porušování konverzačních maxim. Jsou to *ty řečové akty, jejichž smysl nebo ilokuci adresát vyvozuje z implikatur, jsou mnohdy vyjádřeny nepřímou (např. výpověď: „Už to neunesu“, kterou mluvčí užije ve smyslu: „Pomoz mi s tím kufrem“)*⁵⁷.

Pragmatické implikatury jsou spjaty s kulturním prostředím. Využívají pragmatické presupozice (viz výše), což je soubor takových faktorů a předpokladů, které by mluvčí měl při volbě formulace svého komunikátu respektovat, aby byl tento komunikát úspěšný. Například pro akt výzvy je pragmatickou presupozicí předpoklad mluvčího, že adresát je schopen vykonat to, co je po něm žádáno, pro akt oznámení zase předpoklad, že adresát nezná sdělovanou informaci.

Ve větě „Půjdete se mnou?“ je vyjádřena nejen otázka, ale může v ní být vyjádřeno i přání, aby příjemce žádosti vyhověl. Podavatel textu se opírá o domněnku, že příjemce bude souhlasit s nepřímou vyjádřenou výzvou.

K pragmatickým presupozicím se řadí také komunikační konvence a normy obvyklé v různých druzích komunikačních situacích pro způsoby realizace daného komunikačního aktu: když vstupujeme do pracovní nadřízeného, je proti běžným pravidlům pozdravit ho „Ahoj“.

Již samotný termín implikace signalizuje, že v daném tvrzení je něco implicitního, skrytého. Onu skrytou rovinu můžeme rozšifrovat pomocí náznaku nebo

⁵⁶ HOFFMANNOVÁ, J., *Stylistika a...*, s. 91.

⁵⁷ *Ibid.*, s. 92.

situačního kontextu. Opakem implikací jsou explikace, opakem implicitního vyjadřování je vyjadřování explicitní, jasné.⁵⁸

3.7 Agování

Pod pojmem agování se rozumí převedení potlačené komunikace (nevykomunikovaného obsahu) do jiného chování nebo činnosti. V angličtině se pro toto chování používá vcelku výstižný výraz *acting out* neboli odehrávání.

Agující jedinec nereaguje na situaci, která mu způsobuje stres nebo bolest, ale *aguje*: vyvolává jinou situaci, na kterou jsou nuceni reagovat druzí. Každé odklonění od tématu a převedení pozornosti však není agováním, jen takové chování, při němž se člověk vybíjí, odehrává svou tenzi.⁵⁹

Agování bývá náhradou za přímou reakci na to, co je člověku nepříjemné nebo je pro něj nepřijatelné. Tímto jednáním se chce vyhnout přímé konfrontaci s pro něj nějakým způsobem nevhodným tématem.⁶⁰ Častým příkladem agování je prásknutí dveřmi, pokud se člověk cítí uražený, podupávání nohou nebo stereotypní odpovědi typu „no jo“.

Pokud se dítě uchýlí k šikaně druhého, když ho ponižuje chování rodičů, nebo když se dospělý pohádá s nadřízeným, místo aby si promluvil o svých problémech s partnerem, jedná se o agování. Musíme ovšem odlišit agování od hysterických výstupů, kdy se na nás daný jedinec snaží udělat dojem, zároveň však nepostrádá vůli komunikovat (kterou ten, kdo aguje, postrádá).

Agování existuje verbální (zesměšňování, pomlouvání – řeč bývá degradována na prostředek k exhibici) a neverbální (gesta, mimika). Obvyklou formou agování jsou nářázky, náznaky nebo obličejová gesta, které si můžeme vyložit více způsoby. Podoba komunikace ovlivněné agováním často postrádá směr, bývá vyhýbavá a málo srozumitelná. Pokud je možné z agování vyvodit nějakou zprávu či informaci, v její interpretaci se často můžeme mýlit.

⁵⁸ VYBÍRAL, Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, s. 133.

⁵⁹ *Ibid.*, s. 40-41.

⁶⁰ *Ibid.*

3.8 Paradoxní komunikace

Paradox je možno definovat jako rozpor, který vyplýne logickou dedukcí z konzistentních (nerozporuplných) premis⁶¹. Existují tři druhy paradoxů: logicko-matematické paradoxy (antinomie), paradoxní definice (sémantické antinomie) a pragmatické paradoxy (paradoxní pobídky k jednání a paradoxní předpovědi).

Do první skupiny patří následující jednoduchý paradox. Třída je souhrn všech objektů, které mají společnou určitou vlastnost. Pokud sestavíme takovou skupinu, všechny ostatní objekty logického univerza patří do třídy, ve které je spojuje jedna vlastnost – nepatří do první třídy. Jakýkoliv výrok, podle něhož něco patří do obou těchto tříd, je kontradikcí.⁶²

Pro potřeby této práce jsou však zajímavější další dva druhy paradoxů. Zřejmě nejslavnější ze všech paradoxních definic je příklad člověka, který o sobě tvrdí: „Já lžu“. Pokud se chceme dostat k logickému závěru tohoto výroku, zjistíme, že je pravdivý jen tehdy, když je nepravdivý, tedy že původce výroku lže jen tehdy, když mluví pravdu, a obráceně. V teorii jazykových rovin je taková sebereflexivnost výroku, který vypovídá o své vlastní pravdivosti nebo nepravdivosti atd., ekvivalentní pojmu sama-sebe-zahrnutí nějaké třídy (logicko-matematický paradox). Oba postrádají smysl.⁶³

Co se týče třetí skupiny, můžeme nalézt mnoho příkladů z praktického života, kdy dostáváme paradoxní výzvu k jednání. Paul Watzlawick uvádí Reichenbachův příklad, kdy voják dostane od kapitána rozkaz, aby oholil všechny vojáky v jednotce, kteří se neholí sami, ale už nikoho jiného. Rozkaz definuje holiče jako sebe-holícího se, pokud a pouze se sám neholí – a obráceně. Je to rozkaz, který musí být splněn, ale zároveň být splněn nesmí.⁶⁴

Paradoxní výzvy k jednání se v reálném životě vyskytují poměrně často. Podle Watzlawicka se člověk, kterému byla taková výzva adresována, nachází v neudržitelné

⁶¹ WATZLAWICK, P., *Jak skutečná je skutečnost?*, s. 161.

⁶² *Ibid.*, s. 164-5.

⁶³ *Ibid.*, s. 166-7.

⁶⁴ *Ibid.*

situaci, na kterou může reagovat opět jen paradoxně (často emotivně), protože není možné se v rozporuplném nebo nelogickém kontextu chovat logicky a konzistentně.⁶⁵

3.8.1 Dvojná vazba

Termín dvojná vazba poprvé použil americký antropolog Gregory Bateson a jeho kolegové (Don D. Jackson, Jay Haley a John H. Weakland) při zkoumání vztahu komunikace a schizofrenie.

Označujeme tak komunikační situaci, ve které jsou souběžně na dvou úrovních (obvykle se jedná o verbální a neverbální rovinu) vyslány dvě protichůdné zprávy, přičemž je na těchto dvou úrovních vysíláno něco, co se vlastně vylučuje – jedna zpráva neguje druhou. Po příjemci je v této situaci něco požadováno, zároveň je ovšem vyžadován pravý opak téhož – jakákoliv správná reakce na jeden z vjemů znamená nevhodnou reakci na vjem druhý.

Nejedná se ovšem o prostou kontradikci „Udělej X“ a „Nedělej X“. Jedno ze sdělení je jasné a zřejmé, ale odporuje si s dvojnásobným sdělením vysílaným souběžně na druhé úrovni (např. neverbální náznak „Ignoruj právě řečené“). Vše je ještě komplikováno tím, že interpretace neverbálních sdělení bývají nejisté z důvodu mnohoznačnosti těchto sdělení. Úsměv může značit štěstí, ale také sarkasmus či melancholii. Abychom přesně pochopili význam úsměvu, vyžadovalo by to verbální dotaz, což pro mnoho lidí nemusí být snadné.

Vybíral uvádí, že abychom mohli mluvit o dvojnásobné vazbě, musí mezi komunikujícími existovat určitý komplementární vztah (charakterizovaný mocí jedné osoby nad druhou), jedno sdělení musí popírat druhé a situace musí být bez možnosti okamžitého vyjasnění (není možné metakomunikovat, tedy komunikovat o komunikaci).⁶⁶ Navíc platí podmínka, že nesmí jít o jednorázové trauma.

Pokud má být dvojnásobná vazba nějakým způsobem efektivní, tzv. oběť si nesmí být vědoma toho, že přímý požadavek je v konfliktu s požadavkem druhotným, tedy že se nachází v paradoxní situaci. V tomto smyslu se dvojnásobná vazba liší od jednoduché kontradikce méně zřetelným vnitřním konfliktem.

⁶⁵ Ibid., s. 167-9.

⁶⁶ VYBÍRAL, Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, s. 60.

Klasickými dvojnými vazbami jsou všechny paradoxní výzvy typu *bud' spontánní* nebo *bav se*: „Měl bys mě milovat“, „Nebud' tak poslušný“, „Chtěla bych, abys byl aktivnější“. Aby takové výzvě někdo vyhověl, musel by se chovat spontánně v kontextu poslušnosti a uposlechnutí, tedy kontextu ne-spontaneity. V takových situacích se v horším případě bráníme hrát komplementární roli, anebo v lepším případě uděláme, co je po nás žádáno, i když důvod pro to je špatný.⁶⁷

Dalším jednoduchým příkladem dvojně vazby může být matka, která před lidmi zlehčuje nevhodné chování svého dítěte, tomuto dítěti ovšem věnuje výhrušný pohled. Stejně tak je dvojnou vazbou chování rodiče, které dítěti říká, že ho miluje, ale přitom se od něj v rozčilení nebo znechucení odvrací. Dítě v takovém případě není schopné ani metakomunikovat, tj. není schopné říct, že se v komunikaci objevil rozpor.

Jeden z nejznámějších modelů, které se zabývají vztahem dvojně vazby a schizofrenie, je často kritizovaná teorie Gregoryho Batesona, podle níž kontradikce v interakci mezi členy rodiny způsobují náchylnost těchto členů ke schizofrenii. Bateson a jeho kolegové došli k závěru, že symptomy schizofrenie jsou vyjádřením sociálních interakcí, ve kterých je jedinec opakovaně vystaven odporujícím si sdělením, aniž by měl možnost adekvátně na ně zareagovat, nebo je ignorovat (např. odejít). Podle Koopmanse většina lidí zvládá vypořádat se s tím, když jsou vystaveni dvojně vazbě, jiná situace ovšem nastává, když je někdo dvojným vazbám vystaven pravidelně. Může se pak totiž adaptovat na takové abnormální podmínky.⁶⁸

Dvojná vazba se často objevuje v oblasti obchodu nebo politiky: prodavačka sděluje zákazníkovi nepříjemnou informaci o zboží s milým úsměvem, politik v debatě ostře napadne svého oponenta a nakonec si s ním s úsměvem potřese rukou, jeden obchodní partner v přátelském tónu informuje druhého o ukončení vzájemné spolupráce.

Z hlediska modifikace informace je dvojná vazba zajímavým případem. Získáváme dvě zprávy, které si odporují, ale zpravidla obě pochopíme tak, jak byly zamýšleny, i když si nejsme jistí, jak máme reagovat. V případě, že produktor má z nějakého důvodu jasnou představu o tom, jak se má tzv. oběť zachovat, ale vysílá dvě odporující si zprávy, jedna z přijatých informací neodpovídá skutečnosti.

⁶⁷ WATZLAWICK, P., *Jak skutečná je skutečnost?*, s. 172-3.

⁶⁸ KOOPMANS, M., *Schizophrenia and the Family*.

3.9 Komunikační manévrování

Pojem komunikační manévr zavedla kalifornská škola komunikační psychologie. Mezi komunikační manévry patří např. amfibolie (dvojsmysly), nedokončování vět, naznačování (narážky, někdy užití metafor apod.), ale i neverbální gesta, jako je povytažení obočí. Někdy se u komunikačního manévrování může stát, že slovní sdělení je v rozporu s neverbálním. Při manévrování jsou používána klišé, ustálené obecné fráze, uplatňuje se snaha skrýt se za obecnou pravdu.⁶⁹

Komunikační manévry často vytvářejí zmatečnou komunikaci ve prospěch komunikátora. Jednotlivé strany v polemické diskuzi se totiž obvykle snaží dosáhnout dvou cílů. Prvním z nich je snaha získat z diskuze to nejlepší. Jedna strana se pokouší přesvědčit druhou, odporující stranu o přijatelnosti jejího stanoviska, zatímco v souběžné roli odpůrce si klade za cíl přesvědčit druhého, aby přestal trvat na svém stanovisku. Druhým cílem bývá přesvědčit partnera v komunikaci, že náš příspěvek do diskuze je k věci a k persvasi používáme jen opodstatněné prostředky.⁷⁰

3.8.1 Bílá lež

Bílou lží se rozumí taková lež, kterou obvykle použijeme, když nemyslíme pouze na své dobro, ale zároveň ji použijeme pro dobro věci. Přesný význam záleží z velké části na místních zvyklostech. V některých zemích by bylo určité tvrzení považováno za nepřipustné, v jiné by bylo jen součástí společenského taktu. Z bílé lži má obvykle užitek i obelhaná osoba (v tomto případě by se dalo předpokládat, že člověk se téměř pokaždé rozhodne lhát), někdy z ní ale nemá užitek právě ten, kdo lže, nebo mu dokonce způsobí škodu.⁷¹

To, jestli se jedinec odhodlá k bílé lži, záleží na tom, jestli z morálních důvodů odmítá lež už ze zásady, ale snad ještě více na tom, do jaké míry se stará o prospěch druhého více než o svůj vlastní. Dreber a Johannesson uskutečnili test, z něhož vyplývá, že muži mají sklon spíše k tomu povědět běžnou lež a bílou lež, ze které mají

⁶⁹ VYBÍRAL, Z., *Psychologie lidské komunikace*, s. 43.

⁷⁰ LAAR, J. A. van, *Don't say that!*

⁷¹ ERAT, S.; GNEEZY, U., *White Lies*.

užitek i oni sami, zatímco ženy mají v tomto srovnání tendenci spíše k tomu použít bílou lež, ze které nemají žádný užitek⁷². Což nemusí znamenat, že by muži lhali více než ženy, protože ženy mohou lhát v dobré víře častěji než muži.

K bílé lži se často uchylujeme, když nechceme být nezdvořilí, ale je jí například i nasazení placebo (léku bez účinků) v lékařské praxi. Stále je ovšem komunikována nepravdivá informace, a tak i bílé lži lze považovat za morálně sporné – dokonce i v případě placebo, u kterého lékař věří v jeho pozitivní účinek. Obhajitelný by mohl být případ, kdy doktor milosrdně lže smrtelně nemocnému pacientovi, s výjimkou případu, kdy si pacient výslovně přeje dozvědět se pravdu. Stejně tak by měl mít tento člověk právo nevědět pravdu, pokud si to nepřeje.⁷³

3.9.2 Polopravda

Mluví se uchyluje k polopravdě tím, že neprozradí vše, co by mohlo být pro komunikaci relevantní. Takové vyjádření může být částečně pravdivé nebo úplně pravdivé, ale neodkrývá celou pravdu (a tím realitu zkresluje), nebo je v něm zapojen nějaký prvek klamání. Některý z přátel nám například řekne, že právě vyhrál tisíc korun v loterii. Nedodá však, že si předtím koupil několik desítek losů, protože polopravdou chtěl alespoň na chvíli vzbudit naši závist.

V situaci, kdy pouze neříkáme celou pravdu, sice nelžeme, ale zároveň ani neopravujeme mylné porozumění na straně příjemce. Tím můžeme usměřňovat to, co si druzí myslí. Prezentovaná informace je vyhodnocována v součinnosti kognitivních, emocionálních a volních procesů. Do procesu porozumění se tak dostávají naše představy, očekávání, paměť, emoční postoje apod. Známe-li adresáta svého sdělení, zřejmě bychom více či méně dokázali usměřňovat příjemcovo chování (ačkoliv zde hrají roli i individuální osobnostní parametry příjemce a kontext). S polopravdami je tak možné obratně klamat či mást.

Sofistikovaná polopravda může nabýt podobu přehánění a přehnaného potvrzování pravdy. Toto vyřčení pravdy nevěrohodným způsobem je vyslovením, ale souběžně i falsifikováním pravdy. Pravda se tak nakonec může jevit jako tak nevěrohodná, že ten, ke komu mluvíme, pravděpodobně bude věřit v opak.

⁷² ERAT, S.; GNEEZY, U., *White Lies*.

⁷³ VYBÍRAL, Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, s. 15, 20, 155.

Vybíral⁷⁴ upozorňuje na to, že nastolit pravdivost vyžaduje získání si důvěry všech adresátů a přijímání všech původních výroků jako pravdivých. K tomu lze využít dokazování, dokládání, stejně jako odvolávání se a citování. Věrohodné vystupování může otupit ostražitost a rozptýlit nedůvěru.

3.9.3 Změna kontextu informace

Kontext aktuálně rámuje situaci, jde o relativně uspořádaný a uvědomovaný, ale někdy též chaotický terén v mysli, v němž se komunikace uskutečňuje.⁷⁵ Kontexty fungují v komunikačních procesech nezávisle na jednom komunikačním aktu, jsou víceméně dlouhodobé a obvykle jsou interpersonálním majetkem. Existuje též konkrétní interpretační kontext, který potřebuje konkrétní příjemce pro interpretaci konkrétní výpovědi. Komunikačním kontextem se rozumí celkový rámec, ve kterém se naše komunikace uskutečňuje. Roli v něm hraje to, s kým, kde, kdy, o čem, jakým způsobem (jakou technikou nebo kanálem) a proč (s jakým cílem) komunikujeme.

Pokud spolu dva jedinci začnou komunikovat, na počátku procesu nejspíš sdílejí jen část interpretačního pozadí (kontextu), v průběhu komunikace toto sdílení narůstá. Každou informaci potřebujeme zasadit do určitého kontextu. Pokud ji tedy mluvčí zařadí do jiného kontextu, i informaci samotné můžeme porozumět jinak.

I drobné změny mohou vést k silné změně kontextu – stejná poznámka se může změnit v ironii, když ji proneseme ke dvěma různým osobám nebo i ke stejnému člověku, ale v jiné době a za jiných okolností.

Kontext můžeme rozlišit na vnitřní a vnější. Vnitřním kontextem je míněno to, že partner, který obdržel informaci, zřejmě má určité předchozí znalosti a některé jeho reakce mají podnět z jeho vlastních zkušeností. Je ovlivňován očekáváním (lidé mají tendenci méně kriticky přijímat informace, které nejsou v rozporu s jejich názory nebo nesměřují proti nim), vztahem k partnerovi, emocemi nebo osobnostními rysy.⁷⁶ Je tedy rozdíl, zda o něčem mluvíme s někým, koho známe nebo neznáme, máme či

⁷⁴ VYBÍRAL, Z., *Psychologie lidské komunikace*.

⁷⁵ VYBÍRAL, Z. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, s. 37.

⁷⁶ VYBÍRAL, Z., *Psychologie lidské komunikace*.

nemáme rádi, jestli ho chceme povzbudit nebo mu dokazovat převahu. Rozhovory budou o tomtéž, ale každý bude jiný.⁷⁷

Vnější kontext pak může být sociálně-psychologický (někdo se na nás dívá) nebo například kulturní: kulturními vzorci jsou ovlivněna i naše očekávání co se průběhu komunikace týče. Prosadit svou vůli bývá snazší, když je sdělována formou, která je příjemci podvědomě očekávána.⁷⁸

Žádná z kontextových modalit (vztahové proměnné, situační rámec aj.) není nezměnitelná, kontext naopak měníme sebemenší aktivitou.⁷⁹

3.9.3.1 Dvojsmysly

Dvojsmyslem se rozumí promluva, která umožňuje dva výklady, ať už volbou slov nebo kvůli nejednoznačnému tónu. Liší se od mnohoznačnosti, která se objevuje tam, kde jsou hranice významů nejasné. Dvojsmysl naopak závisí na kontextu – slovo, fráze či věta mohou být dvojsmyslné v jednom kontextu, v jiném už ne.⁸⁰

Stohl a Redding rozlišují dvojsmysly dvojího typu⁸¹:

1. příjemcův stav pochyb, zmatení či nejistoty pramení buď z a) neschopnosti vybrat jednu interpretaci ze dvou či více možných nebo b) neschopnosti vytvořit vůbec nějakou interpretaci (sdělení je v konkrétním kontextu vnímáno jako nesmyslné);
2. příjemce je ve stavu jistoty co se týče jeho interpretace, ta se nicméně liší od toho, co zamýšlel autor sdělení, a může se lišit i od interpretací jiných příjemců.

Pokud nejsou určeny k pobavení, dvojsmysly mohou v adresátovi vyvolat nejistotu nejen o tom, co bylo řečeno, ale i o vzájemném vztahu s produktořem. Vědomé použití dvojsmyslu může znamenat, že mluvčí chce vědomě mást nebo mlžit nebo se vyhnout přímé lži či pravdě.

Dvojsmysl může rovněž pomoci vylepšit mezilidské vztahy – pokud je vzhledem k okolnostem snižená možnost, že bychom o své věci někoho přesvědčili, dvojsmysl může účastníkům komunikace pomoci zaměřit se na abstraktnější pojmy, na kterých se

⁷⁷ Ibid., s. 38.

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ STOHL, C.; REDDING, W. C., Messages and message exchange processes.

⁸¹ Ibid.

shodnou, místo na praktičtější záležitosti, kde se jejich názory liší. Příkladem mohou být odpovědi typu „Pracuje se na tom“. Vědomě dvojsmyslná komunikace tedy může dopřát více stranám pocit vítězství.

Dvojsmysly mohou relativně snadno způsobit zmatečnou komunikaci. Ze sdělované informace se stal jenom ne vždy použitelný polotovar, jehož výklad často nemáme možnost (nebo vůli) si ověřit.

3.9.3.2 Ironie

Podle *Slovníku cizích slov*⁸² je ironie totéž co výsměch, tedy úmyslné a průhledné vyjádření protikladem. Nejčastěji používaným (a zároveň nejjednodušším) stylovým postupem ironie je klasická antifráze, tedy vyslovení evidentního opaku toho, co je vyjadřováno. Dalším hojně užívaným stylovým postupem je hyperbola – nadsazené zveličení jako výraz záměrného přehánění.

V mluveném projevu ironii charakterizuje zejména změna intonace hlasu doprovázená neverbálními gesty, v textu se značí interpunkcí či změnou typografie. Poměrně častým jevem však je, že ironie se v textu ani v promluvě ničím nezdurazňuje. Tento specifický druh humoru v sobě skýtá největší riziko možného nepochopení ze strany recipienta a tím i potencionální nesrozumitelnosti sdělení. Na rozdíl od dvojsmyslu ironii totiž obvykle zamýšlíme tak, aby byla v daném kontextu čitelná.

Mnohdy promlouváme ironicky, když nechceme druhému tvrdými slovy říct, co si myslíme, nebo z jiných společenských důvodů. Ironie nachází využití především v neformálních projevech a v takových komunikačních situacích, které nezbytně nevyžadují rozlišení, zda je ironie v dané situaci vhodným výrazovým prostředkem.

Z hlediska manévrování můžeme ironii označit za poněkud dvousečnou zbraň. Naše slova mohou být chápána jako ironie, když je tak nemyslíme, a naopak mohou být brána doslova, když žertujeme. Ne vždy máme možnost si situaci vyjasnit. Podle autorky práce ovšem ironii nelze běžně označovat jako záměrné klamání, protože ironik (až na neobvyklé případy) očekává, že jeho vědomě ironické vyjádření bude pochopeno tak, jak zamýšlel – ne jen jako doslovný výklad.

⁸² *Slovník cizích slov online* [online]. Dostupné z: <<http://www.slovník-cizich-slov.kvalitne.cz>>.

Jakou škodu může špatně pochopená ironie napáchat, se v roce 2004 přesvědčil americký prezidentský kandidát John Kerry. Během své kampaně prohlásil: „*Víte, pokud studujete opravdu hodně a tvrdě, pokud děláte domácí úkoly a snažíte se být chytrí, vaše vzdělání bude dobré. Pokud není, zůstanete trčet v Iráku.*“⁸³

John Kerry narážel na prezidenta Bushe a myslel zhruba toto: Víte, co se stane, když nebudete studovat a budete intelektuálně líní (vy=Bush)? Skončí to tak, že necháte *nás* (Američany) trčet v Iráku. Jen se zeptejte George Bushe. Kerry tedy neurážel americké vojáky s tím, že jsou hloupí, a proto skončili ve válce v Iráku – což byl význam, který jeho slovům američtí voliči přisoudili. S ohledem na Kerryho minulost veterána z vietnamské války a na Bushovu obecnou pověst hlupáka vlastně nebylo tak těžké vyložit si jeho slova správně. Kerryho ironický vtip se ovšem kvůli nepochopení obrátil proti němu a ubral mu důležité politické body.⁸⁴

Na závěr je třeba podotknout, že někdy může partner v komunikaci záměrně promluvit ironicky, ačkoliv jeho názor skutečně odpovídá právě řečeným slovům. Například ironicky vyjádří pochvalu („Hm, hezké“), i když je jeho obdiv skutečný, protože chce svůj protějšek v diskuzi potrestat.

3.9.3.2.1 Nepravé intence

Mluvčí či pisatel může ohlásit nepravý záměr, který nechce uskutečnit. Příjemce informace pak musí vyhodnotit, zda byla myšlena vážně („Já tě snad zabiju.“). K vyhodnocování dochází automaticky, hodnoceny jsou tón hlasu, mimika, postoj těla či kontext. Interpretaci může komplikovat fakt, že původce nás např. tónem hlasu může oklamat. Největší jistotu dodá našemu vyhodnocení správně posouzený kontext.

3.9.4 Diskvalifikování

Diskvalifikováním je myšleno snižování hodnoty druhé osoby, často před někým třetím, aby se diskvalifikátor prezentoval v lepším světle. Ten, který někoho diskvalifikuje, se předvádí jako chytřejší, úspěšnější atd. Diskvalifikátor přitom

⁸³ PETERSON, R. L., *Strange bedfellows*, str. 64.

⁸⁴ Ibid.

využívá nejistoty druhého, která mu vyhovuje, využívá ji a někdy ji i stupňuje. Patří sem i tzv. nepřímé shazování, při kterém se například manželka odvolává na lepší vlastnosti manžela své kamarádky.⁸⁵

Podle Watzlawicka existuje několik způsobů diskvalifikace partnera před třetí osobou⁸⁶:

- diskvalifikace mlčením: nenaznačujeme, zda souhlasíme či ne, popř. je naznačeno, že právě řečené nemá cenu komentovat nebo že vysvětlení přijde později;
- diskvalifikace vyhnutím se: ignorování partnerových slov a nastolení jiného tématu;
- diskvalifikace nepřímá: druhou osobou je partnerovi položena otázka, ten se ale obrátí na osobu třetí;
- zevšeobecnění: naznačování, že toto se stane pokaždé apod.;
- tangencializace – převedení tématu k něčemu okrajovému, ignorování hlavní intence.

Zdálo by se, že diskvalifikováním druhé osoby pouze vyjadřujeme svůj subjektivní názor a že tedy k žádnému pozměnění informace nedochází. Diskvalifikování ovšem může mít komentující charakter a informace pocházející od druhé osoby, kterou diskvalifikujeme před osobou třetí, se pak mohou jevit v poněkud jiném světle.

3.9.5 Mystifikace

Mystifikace představuje obměněnou variantu diskvalifikace. Mystifikátor se snaží druhého člověka přesvědčit o tom, že to, co vidí, slyší nebo cítí, není pravda, ale pravdou je to, co tvrdí mystifikátor, který o něj předstírá zájem. Mystifikace mají vždy manipulativní charakter.⁸⁷ Mystifikací je například situace, kdy si dítě stěžuje na to, že je nešťastné, a rodič mu tvrdí, že přece není možné, aby se tak toto dítě cítilo.

⁸⁵ VYBÍRAL, Z., Komunikační manévrování.

⁸⁶ VYBÍRAL, Z., *Psychologie lidské komunikace*, s. 59.

⁸⁷ Ibid..

3.9.6 Záměrná nesrozumitelnost⁸⁸

Za charakteristické pro manipulaci nesrozumitelností lze považovat nadměrné množství odborných výrazů a velmi komplikovanou stavbu vět, přičemž smysl sdělení nám po prvním přečtení či poslechu zcela uniká. Užívána jsou rovněž cizí slova tam, kde by mohl být použit odpovídající výraz v češtině.

Důvodů, proč má sdělení nesrozumitelnou formu, může být více:

- 1) Autor nemá o čem psát nebo mluvit a nechce, aby to ostatní poznali, proto užívá mnoho odborných výrazů, aby zmátl čtenáře či posluchače.
- 2) Obsah nesděluje nic nového, pouze známé věci a banality, a autor vlastně pomocí složitých konstrukcí a cizích slov předkládá věci samozřejmé a obecně známé.
- 3) Autor má co říci, ale chce být zajímavější, takže nám sice sděluje něco nového a podstatného, zároveň nám ale sděluje také něco o sobě.
- 4) Autor má co říci, ale to, co nám sděluje, je natolik složité, odborné a abstraktní, že nelze použít jiný slovník. To na čtenáře či posluchače klade vyšší nároky co se týče vnímání a pochopení.

Zda se jedná o manipulativní text či složité odborné pojednání, můžeme zjistit tak, že si část nesrozumitelného, těžce čitelného textu převedeme do srozumitelného jazyka. Pokud nám ani pak neříká nic nového, zřejmě se jedná o manipulaci, kterou se nás autor snaží přesvědčit o své odbornosti, kvalifikovanosti a erudici.

Podobně jako emocionalizace informace je i její záměrná nesrozumitelnost manipulací s formou, ne s obsahem (a tak pravdivostní hodnota sdělení tímto není pozměněna). Obě můžeme označit jako lehčí formy klamání a jsou relativně snadno rozpoznatelné

3.9.7 Sugerování

Pojem sugescie označuje proces, který určuje nekritické přijetí myšlenky, přičemž tato myšlenka může být sdělena verbálně (logickými významy slov), extraverbálně (importovanými významy slov) či neverbálně (gesty, mimikou či jinými

⁸⁸ BINKA, B., *Ubráníme se? – pokus o stručnou typologii současné mediální komunikace.*

projevy chování). Sugesci můžeme také definovat jako podnět vyvolávající emocionální, nekontrolované, nekritické a často nevědomé chování a prožívání.⁸⁹

Bechtěrev sugesci popisuje takto: *Sugesce nevniká do psychiky hlavním vchodem, cestou logického přesvědčování, nýbrž zadním vchodem, možno říci tak, že se vyhne „já“, osobnímu vědomí a vůli.*⁹⁰

Sugerování probíhá formou předávání názorů, podsouváním postojů či indukováním citů ze strany mluvčího, kdy příjemce výsledně nabývá dojmu, že dosáhl svobodného přesvědčení, a neuvědomuje si přitom manipulaci se svou osobou. Sugerovat lze přímo (vahou autority původce nebo různými formami citového nátlaku) či nepřímo (např. vyvoláním masového nadšení).⁹¹

Běžně se rozlišují tzv. bdělé sugesce, které jsou podávány v normálním, nehypnotickém stavu a tzv. hypnotické sugesce, jež jsou exponovány v hypnotickém stavu. Oba typy sugescí jsou však po obsahové i formální stránce totožné.⁹² Proces sugesce spočívá v uskutečňování sugerovaného jevu a v jeho mimovolní přeměně v subjektivní zážitek nebo chování. Touto nekritičností a automaticností se sugesce liší od instrukce nebo příkazu.

Pokud je sdělovaná myšlenka v přílišném rozporu s logikou, naše kritické intelektové schopnosti mají tendenci ji zamítnout. Pokud je i přesto akceptována, je možné rozpoznat sugesci jako efektivní mechanismus.⁹³

Sugerovat lze i pravdu, vzhledem k povaze sugesce se ale bude jednat spíše o polopravdu či nepravdu, obojí v zájmu toho, kdo se k sugesci uchýlil.

3.9.7.1 Sugestibilita

Sugestivně může působit mimika, upřený pohled či gesto, záleží především na míře sugestibility (náchylnosti k přijetí a uvěření) adresáta. Tu může zesilovat citová oddanost sugestorovi, víra v sugestora či rezignace a naopak zeslabovat kritická ostražitost. Sugestibilita je závislá na mnoha činitelích, přesto však můžeme říci, že

⁸⁹ SVOBODA, M., *Metody sugestivní, hypnotické a imaginativní psychoterapie*.

⁹⁰ SVOBODA, M., *K otázce vlivu hypnability na typ hypnózy*, s. 10.

⁹¹ VYBÍRAL, Z., *Psychologie lidské komunikace*, s. 61-63.

⁹² SVOBODA, M., *Metody sugestivní, hypnotické a imaginativní psychoterapie*.

⁹³ HOSKOVEC, J.; HOSKOVCOVÁ, S., *Psychologie hypnózy a sugesce*.

existují jedinci maximálně sugestibilní i maximálně obezřetní a mezi oběma krajními typy existují četné přechody.

Podle Kratochvíla⁹⁴ je sugestibilita schopnost či spíše tendence reagovat na sugesce a přeměňovat je bez kritického zvažování přímo v příslušné prožitky, přesvědčení nebo automatické jednání. Wagstaff⁹⁵ považuje sugestibilitu za globální pojem, který se vztahuje k tendenci nekriticky akceptovat rozhodnutí, názory, postoje nebo vzorce chování od jiných osob.

Horvai rozlišuje sugestivitu, kterou chápe jako souhrn působivých faktorů v sugestivním procesu (a jako vlastnost nemusí náležet konkrétní osobě, nýbrž i prostředí, situaci) a sugestibilitu, která je ryze osobní vlastností, schopností i mírou pro přijímání sugescí.⁹⁶

3.9.8 Generalizování

Generalizování může vyvolat dojem, který je z velké části nebo úplně falešný. Záměr generalizovaných frází bývá jasný – přesvědčit a navodit možná mylný dojem konformity a jednomyslnosti. Odvolává se na skupinovou mentalitu.

Generalizování poznáme podle frází typu „Každý přece ví, že...“ nebo „Je přece zřejmé, že...“, dále díky výrazům jako *mnoho* nebo *většina*, když při podrobnějším zkoumání vychází najevo, že bližší vymezení počtu není k dispozici.

Při generalizování jsou zároveň často využívány stereotypy (muž s dlouhými vousy a turbanem jako stereotyp Inda, černé taxíky a Big Ben jako stereotyp Londýna), typy (Policista, doktor, nezávislý odborník – tito jsou ukazováni jako lidské bytosti, ale charakteristické jsou více tím, co reprezentují, než tím, že by to byly jedinečné lidské bytosti. Na rozdíl od stereotypů typy neexistují v reálném světě⁹⁷.) nebo archetypy (dobro a zlo, mýtus vůdce).

Ke generalizování často dochází nevědomky. Při prvním setkání například podle drahého obleku usoudíme, že dotyčný muž je ze světa financí. Někdo při takovém postřehu pocítí respekt, jiný zase (například na základě špatných osobních zkušeností)

⁹⁴ KRATOCHVÍL, S., *Experimentální hypnóza*.

⁹⁵ SVOBODA, M., *Hypnotické chování*.

⁹⁶ HORVAI, I., *Spánek, sny, sugesce a hypnóza*.

⁹⁷ LACEY, N., *Image and representation*, s. 133.

opovržení. O daném člověku ale stále nevíme nic konkrétního. Jedná se o podmíněnou reakci vyplývající z generalizace založené na domněnkách. Nevíme, jestli tento muž, o které se pouze domníváme, že se zabývá financemi, přispívá tisíce na charitu nebo okrádá svou společnost.

Generalizování na základě prvního dojmu lze rovněž využít, abychom zapůsobili jinak, například důvěryhodněji, než ve skutečnosti jsme. Někdy postačí několik správně zvolených vět, aby si nás partner v diskusi zařadil mezi určitou skupinu lidí.

Opakem generalizování je přílišná specifikace, která rovněž může úmyslně zapůsobit mylným dojmem. Pokud jsou například noví sousedé starousedlíky ujištěni, že v okolí nejsou žádné potvrzené případy HIV pozitivních pacientů (případně homosexuálů, pedofilů atd.), vzbuzují dojem, že v okolí nejsou žádní HIV pozitivní lidé, ovšem nezmínili nepotvrzený případ dívky, která žije na rohu ulice.

4. ANALÝZA POŘADU OTÁZKY VÁCLAVA MORAVCE S JIŘÍM PAROUBKEM A MÍRKEM TOPOLÁNKEM

4.1 Cíl výzkumu

Cílem praktické části práce je prokázat, že účelové metody modifikace informace nastíněné v teoretické části se v praxi skutečně používají. Jako předmět výzkumu byl vybrán jeden z dílů politické talk show *Otázky Václava Moravce*, zejména kvůli jeho neodlehčené debatní formě. Právě v dialogu se totiž různé typy účelových modifikací objevují relativně často, účastníky diskuze jsou navíc politici, u kterých lze předpokládat určitou řečnickou profesionalitu. Navíc je zde zapojen i aspekt mediální komunikace, ke kterému se mohou vázat témata jako propaganda, zatajování informace nebo její emocionalizace.

Analyzované dialogy sice nerepresentují přirozenou lidskou komunikaci, u informací v nich obsažených je ovšem snadněji zkoumatelná jejich pravdivostní hodnota, což je u běžně vedené komunikace mnohdy obtížné či dokonce nemožné.

4.2 Předmět obsahové analýzy

Obsahová analýza bude provedena na dílu *Otázek Václava Moravce* vysílaném 3. ledna 2010, kde byli hlavními hosty tehdejší předsedové dvou nejsilnějších parlamentních stran v Česku, Mirek Topolánek (ODS) a Jiří Paroubek (ČSSD). Mirek Topolánek na přelomu března a dubna 2010 ODS opustil, v textu ale bude uváděn jako předseda ODS, protože v době vysílání pořadu jím byl.

Tento díl byl vybrán nejen kvůli tomu, že se v něm sešli lídři ODS a ČSSD, ale také díky jeho nadstandardní sledovanosti. *Otázky* sledovalo třetího ledna od dvanácti hodin paralelně na ČT1 a ČT24 v průměru 7,5 % diváků, v absolutním počtu 663 000. To odpovídá čtvrtině diváků aktuálně přítomných u televizních obrazovek (share 25,50%). Po třinácté hodině se druhá část pořadu vysílala jen na zpravodajské ČT24, přesto měla stále nadstandardní publikum – 3,0% diváků, v absolutním počtu 266 000, tedy desetinu diváků přítomných u televizních obrazovek (share 10,42%).⁹⁸

⁹⁸ ŠTICHA, L., Mimořádně sledované Otázky Václava Moravce na ČT24.

K tomuto dílu *Otázek* provedla společnost SANEP bleskový průzkum, kterého se v průběhu neděle 3. ledna 2010 zúčastnilo 3 821 respondentů ve věku 18-70 let (jednalo se o respondenty, kteří tento pořad skutečně sledovali). Z této ankety vyplynulo několik faktů, z nichž zřejmě nejdůležitější pro tuto práci je, že větší část dotázaných (47,6 %) považovala za důvěryhodnějšího a přesvědčivějšího řečníka z výše zmíněné dvojice Jiřího Paroubka. Pro Mirka Topolánka bylo v tomto ohledu 35,8 % dotázaných. Podobně si oba politici stáli v hodnocení celkové důvěryhodnosti - Jiří Paroubek si získal 49,4 % a Mirek Topolánek 34,2 % respondentů.⁹⁹

Podle autorky této práce však výsledky tohoto průzkumu nelze vnímat jako reprezentativní názor veřejnosti už proto, že předmětný diskusní pořad sledovala pouze její část. Lze z nich ovšem vyčíst, že názory na Jiřího Paroubka a Mirka Topolánka byly u veřejnosti předem definovány vzhledem k dlouhodobému příklonu k jedné či druhé politické straně.

Kompletní textový přepis pořadu lze dohledat na stránkách *Otázek Václava Moravce* v archivu sekce Textové přepisy.

4.3 Předpokládaný výsledek

Vzhledem k tomu, že hosty pořadu byli politici, lze předpokládat, že se snažili především diskvalifikovat před diváky jeden druhého, aby argumenty jejich oponenta a informace v nich obsažené ztrácely svůj kredit. Mohli se rovněž objevit různé formy dezinformace, jako je zatajování důležité části informace.

Oba hosté Václava Moravce se zřejmě rovněž neubránili určitým formám komunikačního manévrování. S ohledem na běžný rétorický styl obou politiků, který neměli důvod ani v této diskusi měnit, šlo v případě Jiřího Paroubka zřejmě o ironické glosování, zatímco u předsedy ODS spíše o emotivní apelování.

Paroubek s Topolánkem se naopak pravděpodobně vyhnuli paradoxní komunikaci nebo agování (protože to by indikovalo nezvládnutí vlastních emocí, ačkoliv samotný hovor se zřejmě stočil také do emotivní roviny). Nelze si rovněž dělat iluze o informační hodnotě toho, co si z této talk show divák odnesl.

⁹⁹ Ibid.

4.4 Výsledky analýzy a jejich interpretace

4.4.1 Diskvalifikování

Jako nejčastější forma modifikace informace se v tomto pořadu objevilo diskvalifikování, tedy snižování hodnoty druhé osoby (a nepřímo stavění jejich minulých i budoucích výroků do jiného světla). Dá se říci, že předsedové ODS a ČSSD tak splnili výše nastíněný předpoklad. Ačkoliv se k této praktice uchýlili oba politici, ve větším množství ji využíval Jiří Paroubek. Jedním z terčů byl jeho rival v diskuzi.

- Jiří PAROUBEK:

„Já nechci být osobní, ale přeci jenom si to neodpustím říct, prostě ODS ekonomice této země nerozumí, ani pan předseda jí nerozumí, nemáte kolem sebe žádné ekonomy a je to prostě vidět.“

V tomto případě Paroubek vědomě klamal publikum, protože kompetentní ekonomičtí poradci fungují v každé politické straně, tedy i u občanských demokratů. Mezi skupinu ekonomických odborníků ODS patří Jan Procházka, Lubomír Lízal, Michal Mejstřík, Jiří Schwarz, Josef Šíma, Petr Zahradník a Miroslav Zámečník¹⁰⁰.

Byl to vlastně jediný případ, kdy Paroubek takto osočil Topolánka osobně, jinak mluvil o ODS nebo Topolánkově vládě (kterou netvořil jenom Mirek Topolánek coby premiér), dá se však předpokládat, že diskvalifikační efekt na diváky co se týče Topolánkovy osoby byl zřejmě stejný i v těchto případech.

- Jiří PAROUBEK:

„Především bych chtěl říct, že mi to připadá, pane předsedo, že pokud by tady nebyli komunisté a strašení komunisty, tak byste vlastně neměli ani co říct té české veřejnosti, ruku na srdce.“

- Jiří PAROUBEK:

¹⁰⁰ ESO pro ODS [online].

„Pokud jde o pád vlády, no, tak ukázalo se, že vláda Jana Fischera je lepší vládou nežli Mirka Topolánka, že jsme měli pravdu, že ten plán B, s kterým jsme přišli přitom s tím pádem té vlády a s vytvořením vlády úředníků, že se ukázal být správný a že je možné mít lepší vládu, nežli byla vláda Mirka Topolánka.“

Tyto výroky mohli diváci vnímat jako sugerování subjektivního hodnocení předsedy ČSSD.

Jiří Paroubek dále několikrát obvinil ODS z nekompetentnosti a zavinění rozpočtového schodku:

- Jiří PAROUBEK:

„No, tak ta slova o zadlužování s ohledem na to, jak dopadl minulý rok, že je to kolem těch dvou set miliard korun, no, tak to je vizitka především Topolánkovy vlády, takovýto schodek, schodek státního rozpočtu. Takže za poslední dva roky tři sta miliard, pane předsedo Topolánku, já bych se nesmál, být na vašem místě.“

- Jiří PAROUBEK:

„Tak podívejte, já myslím, že na jedné straně ty schodky jsou samozřejmě smutné, toho státního rozpočtu. Jak již jsem řekl, je to odpovědnost Topolánkovy vlády, těch dvě stě miliard.“

Obviňování z nekompetentnosti nakonec bylo oboustranné, ačkoliv Mirek Topolánek byl stručnější. Nutno podotknout, že ani v tomto případě nebylo tak závažné tvrzení podpořeno fakty.

- Mirek TOPOLÁNEK:

„Tak já tady nechci teď házet nějakými čísly, ale ČSSD ukazuje dlouhodobě právě v rozpočtové oblasti totální nekompetentnost.“

Jiří Paroubek rovněž použil diskvalifikační výrok na adresu další konkurenční strany, nově vzniklé TOP 09:

- Jiří PAROUBEK:

„Tak podívejte, já myslím, že to je úsměvné, když někdo, kdo ještě nevyhrál, nevyhrál žádné volby a ještě, řekněme, ještě vlastně skoro ani neexistuje, nemá žádnou územní strukturu, vlastně se ani neví, jakou má podporu, tak bude mistrovat stranu, která má stabilní politickou podporu v zemi.“

Preference TOP 09 se podle společnosti STEM v únoru 2010 dostaly na 9,1 procenta¹⁰¹ a v březnu 2010 podle společnosti SANEP na 12,2 %¹⁰². Podle březnového průzkumu společnosti STEM by ale TOP 09 dalo svůj hlas 7,7 % voličů¹⁰³. Voličská podpora této strany se tak jeví jako nestálá, ale ne zanedbatelná. Lze se domnívat, že Jiří Paroubek se takto vyjádřil, protože TOP 09 je konkurenční a navíc pravicová strana.

Předseda ČSSD se pokoušel diskvalifikovat ještě několik dalších osob. Kritika rozpočtové politiky ODS například přerostla v subjektivní hodnocení Miroslava Kalouska, ministra financí v Topolánkově vládě. V tomto případě už bylo možné v Paroubkových slovech vystopovat ironii.

- Jiří PAROUBEK:

„No a vláda Mirka Topolánka koncepčně, vysoce odborně dosáhla za minulý rok za pomoci nejlepšího ministra financí světa Kalouska schodku státního rozpočtu ve výši téměř dvě stě miliard korun. Tak mi to vysvětlete.“

- Jiří PAROUBEK:

„Druhá věc, kterou bych rád řekl, je, že ta vláda Mirka Topolánka reagovala pozdě na krizi. Vy jste hovořili před rokem a něco o tom, fantazírovali jste s

¹⁰¹ DANDA, O., ODS snižuje náskok ČSSD, VV klepou na bránu Sněmovny. *Novinky.cz* [online].

¹⁰² Volební preference politických stran (přelom února a března). *SANEP.cz* [online].

¹⁰³ STEM – preference politických stran – březen 2010. *Středisko empirických výzkumů* [online].

nejlepším ministrem financí světa o tom, jak budeme ostrůvkem v té krizi, v které se budou potácet ty další evropské země.“

Ve třetím případě už diskvalifikování nepřítomného Kalouska moderátor Václav Moravec zastavil.

A) Jiří PAROUBEK:

„No, skutečně tím nějakým trikem účetním se panu ministrovi, nejlepšímu ministrovi světa Kalouskovi, financí tedy.“

B) Václav MORAVEC:

„Pane předsedo, opakovaný vtip není vtipem.“

A) Jiří PAROUBEK:

„Já vím, ale je potřeba, aby si to pan ministr financí bývalý užil, protože si to už nikdy neužije.“

Další osobou, kterou se Jiří Paroubek pokoušel diskvalifikovat, byl ekonom Aleš Michl.

A) Jiří PAROUBEK:

„Ten chlapec, kterého jste si sem přivedli jako experta, který říká něco o státním bankrotu, no, tak myslím si, že se pohybuje v říši fantazie nebo jste ho sebrali na Silvestra.“

B) Václav MORAVEC:

„Ne, ten chlapec dělal poradce a byl blízkým spolupracovníkem vašeho vicepremiéra Martina Jahna.“

A) Jiří PAROUBEK:

„To je možné, ale pak...“

B) Václav MORAVEC:

„To je Aleš Michl, ten chlapec.“

A) Jiří PAROUBEK:

„Já ho pozoruju dlouhodobě, proto jsem ho trošku, trošku jaksi naznačil, že o jeho odbornosti v této oblasti nemám žádné, žádné velké iluze.“

Poněkud v rozporu s Paroubkovými slovy Aleš Michl vystudoval finance na VŠE v Praze a pět let psal pro Hospodářské noviny.¹⁰⁴ Jak Václav Moravec uvedl, byl rovněž poradcem vicepremiéra Martina Jajana.

V této debatě padala i konkrétní jména v souvislosti s korupcí. Předseda ODS naznačil, že za kontroverzním projektem pražské Opencard stáli přítel primátora Pavla Béma (ODS) Roman Janoušek a advokát s vazbami na ČSSD Miroslav Janšta.

A) Mirek TOPOLÁNEK

„No, Opencard je typický, já tomu říkám double Ján, to je Janoušek, Janšta. Já budu hodně zvědavý, jak Pecina...“

B) Jiří PAROUBEK

„Janstu do toho nehrabejte.“

A) Mirek TOPOLÁNEK

„Já teda, pane kolego, byl bych rád, kdybyste zrovna v tomto případě nezvedal hlas. Myslím si, že to je, to není nic stranického, protože...“

B) Jiří PAROUBEK

„Opravdu, opravdu ten není konstruktérem.“

A) Mirek TOPOLÁNEK

„Pane moderátore, to není nic stranického, takhle prostě fungují některé zakázky v Praze a já budu velice zvědavý na pana ministra Pecinu, jakým způsobem a s jakou horlivostí ten případ bude šetřit. Protože není možné, aby tady zůstala takhle jenom ležet na stole, vybublala, prostě týden se někde hrála a pak skončila.“

¹⁰⁴ MICHL, A., Aleš Michl.

Poslední diskvalifikovanou osobou byl již výše zmíněný Martin Pecina, ministr vnitra ve vládě Jana Fischera nominovaný ČSSD. Další výrok Mirka Topolánka na jeho adresu je blíže rozebrán v podkapitole o emocionalizaci.

4.4.2 Sugerování

Pokud můžeme co se týče diskvalifikování druhých osob a konkurenčních politických stran považovat za aktivnějšího Jiřího Paroubka, Mirek Topolánek se naopak častěji uchýlil k metodám emotivního sugerování – zastrašování možnými následky a zjednodušování.

- Mirek TOPOLÁNEK:

„(Zahraniční politika) ovlivňuje každé další programové, řekl bych, východisko nebo programové návrhy každé strany, protože, a to je to, o tom ty volby budou, Západ nebo Východ, o tom ty volby budou.“

Rozhodnutí v příštích volbách ovšem nelze považovat za volbu mezi orientací státu na Západ, nebo na Východ. Podle autorky této práce bude Česká republika měnit vztah k Východu pouze s případnou zásadnější změnou tohoto vztahu v rámci Evropské unie.

Podobně laděný byl i následující výrok, který explicitněji vyjadřoval to, co mohl divák v předchozí citaci vnímat jen jako náznak.

- Mirek TOPOLÁNEK

„Nicméně všichni tušíme, co by tady bylo za padesát let, kdyby komunisti a socialisti vyhráli ty květnové volby. Takže my přece víme, co by tady bylo v obou těch variantách. Já se domnívám, že silná vláda při současném volebním systému je možná pouze dvojitá, to je, pokud by náhodou komunisté, socialisti vyhráli volby a v krajích to mají vyzkoušeno, ta druhá je velká koalice.“

Topolánkova slova se dala pochopit i jako zastrašování možným návratem k předlistopadovým pořádkům, ačkoliv je předseda ODS v pořadu nepronášel nijak emotivně. Jiří Paroubek však případnou vládní koalici s KSČM dlouhodobě odmítá¹⁰⁵.

4.4.3 Propaganda

Jiří Paroubek v debatě několikrát představoval vize, které u voličů mohou snadno získat sympatie – nebude se snižovat sociální podpora, postačí nastavit jiné parametry na jednom místě nebo zastavit výdaje na druhém či přerozdělit bohatství ve prospěch méně majetných.

- Jiří PAROUBEK:¹⁰⁶

„Je možné nalézt další miliardy, možná desítky miliard korun v průběhu příštího roku. Šetřeme na provozu státu, nešetřeme na lidech, to je moje... nešetřeme *tolik* na lidech, to je moje odpověď.“

Svá slova pak dále zdůrazňoval v přímém přenosu.

- Jiří PAROUBEK:

„Čili šetřeme, šetřeme na státu, nešetřeme *tolik* na lidech, nebo podle možností vůbec na lidech.“

- A) Jiří PAROUBEK:

„Třinácté důchody nepůjdou na vrub výdajů státního rozpočtu, jejich zdrojem budou příjmy z dividend z ČEZu...“

- B) Václav MORAVEC:

„Které mají být ale použity na jiné věci, jak říká ministr financí.“

¹⁰⁵ Paroubek: KSČM do vlády nechci, menšinová vláda je ale možná. ČT24 [online].

¹⁰⁶ Tento výrok v pořadu nezazněl naživo, ale byly použity archivní záběry z 15. prosince 2009.

A) Jiří PAROUBEK:

„No, na jiné věci, ale pan ministr financí si nemůže myslet, že bychom souhlasili s tím, že by důchodci nebo předtím to byli hasiči, lékaři, zdravotnický personál, učitelé, kteří slyší celých dvacet let, že ještě musejí na něco počkat. Tak proč by ti lidé měli na něco čekat? Já to nechápu.“

Opakovaná obecná ujištění divákům, že se na nich nebude šetřit, ovšem předseda ČSSD nepodpořil konkrétními příklady kromě příjmů z dividend z ČEZu. Politické strany obecně mají problémy s plněním předvolebních slibů¹⁰⁷, mezi něž můžeme toto ujišťování zařadit (v době vysílání už byl známý termín voleb v květnu). Diváci tak zřejmě oprávněně mohli pochybovat o realnosti Paroubkových vizí.

4.4.4. Polopravda

Některé výroky Mirka Topolánka v této diskuzi by se daly popsat jako zčásti pravdivé nebo neodhalující celou pravdu. Neznamená to ovšem, že bychom jako polopravdivé nemohli vnímat některé výroky jeho rivala v diskuzi, například ty diskvalifikační.

- Mirek TOPOLÁNEK:

„Není ani tak důležité, jestli v té Strakovce bude sedět Jiří Paroubek nebo Mirek Topolánek, ať si tam sedí, kdo chce, pro mne je důležité, jestli budeme dělat odpovědnou nebo neodpovědnou politiku, jestli budeme dělat politiku obezřetnou nebo populistickou a rozhazovačnou.“

Předchozí slova by mohla být vnímána jako výrok skutečného státníka, kterému je přednější zájem země. Z kontextu diskuze ale nebylo pro diváka těžké dojít k závěru, že Mirek Topolánek měl myslet to, že jeho strana bude dělat onu obezřetnou politiku, zatímco ČSSD politiku rozhazovačnou. V tom případě ale zřejmě je důležité, kdo ve Strakově akademii zasedne jako premiér.

¹⁰⁷ ŠKOCHOVÁ, M., Volební kampaň - sliby či něco víc? *Internetový politický časopis e-Polis* (online).

- Mirek TOPOLÁNEK

„Já myslím, že všechno, co prochází dneska sněmovnou, prochází na nějaké bázi komunistů, socialistů a bývalých různých přeběhlíků a podobně. To znamená, to je fakticky ta vládní koalice.“

V tomto případě s Topolánkem souhlasil i Jiří Paroubek. Divák tak mohl dojít k závěru, že Fischerova vláda je v podstatě bezmocná.

Dále byla sporná otázka spoluzodpovědnosti ODS za rozpočtový deficit.

A) Václav MORAVEC:

„Připouštíte si ale spoluzodpovědnost za těch sto devadesát pět miliard?“

B) Mirek TOPOLÁNEK:

„Spoluzodpovědnost nula.“

A) Václav MORAVEC:

„Nula?“

B) Mirek TOPOLÁNEK:

„Nula.“

A) Václav MORAVEC:

„Tak kdo za to může?“

B) Mirek TOPOLÁNEK:

„Naopak, naopak musím říct, že díky...“

C) Jiří PAROUBEK:

„Sociální demokracie, zřejmě podle pana předsedy.“

B) Mirek TOPOLÁNEK

„...tomu, že jsme vládli aspoň ty dva roky, dva roky a čtvrt roku místo čtyř let standardně, vítězná strana ve volbách má vládnout čtyři roky, přebírat plnou odpovědnost, tak jsme učinili taková opatření, speciálně třeba v

oblasti nemocenské. Mluvil jste moc dlouho, pane předsedo, tak mne nechte to aspoň doříct.“

C) Jiří PAROUBEK

„Já vás, já to tady neřídím, pane předsedo.“

B) Mirek TOPOLÁNEK:

„Nemocenské, zavedení třídenní garanční lhůty znamenalo snížení nemocenské o pětadvacet procent, dostali jsme se na úroveň standardních zemí při jisté míře nemocnosti.“

Rozebírání příčin rozpočtového schodku patří do politologie a ekonomie. *Nulovou* zodpovědnost ještě před osmnácti měsíci vládnoucí strany za současný rozpočtový schodek lze však považovat za jen málo pravděpodobnou.

A) Jiří PAROUBEK:

„To, že země potřebuje silnou vládu, to je zřejmé. Zatím ten vývoj volebních preferencí je takový, že si myslím, že sociální demokracie by byla schopna po příštích volbách tu silnou vládu vytvořit. Když se tady dívám do poznámek...“

B) Václav MORAVEC:

„Pokud byste ji tvořili třeba s komunisty.“

A) Jiří PAROUBEK:

Tak to jsme vždycky vylučovali a vylučujeme a zcela nepochybně tomu tak nebude, takže budeme hledat jiné řešení.

Podle aktuálních preferencí, které však kolísají napříč průzkumy jednotlivých agentur, by ČSSD byla schopna vytvořit silnou vládu, jistotu více než sto mandátů ve Sněmovně by ale měla pouze v koalici s ODS.¹⁰⁸ Paroubek dlouhodobě odmítá koalici jak s ODS, tak s KSČM¹⁰⁹.

¹⁰⁸ DANDA, O., ODS snižuje náskok ČSSD, VV klepou na bránu Sněmovny. *Novinky.cz* [online].

¹⁰⁹ Paroubek: KSČM do vlády nechci, menšinová vláda je ale možná. *ČT24* [online].

4.4.5 Emocionalizace

Zabarvení sdělovaných informací emocemi, které v nich implicitně obsaženy nejsou, úzce souvisí se sugerováním, čehož dokladem byl i následující výrok Mirka Topolánka:

- Mirek TOPOLÁNEK:

V té vládě sedí polovina ministrů, kteří jsou opravdu řízení z Lidového domu, taková ta Pecinova gerila, která nabourala ten Janotův balíček, který neexistuje. Janotův balíček neexistuje. Poprvé ho naboural ve vládě Pecina se svými lidmi, podruhé byl nabourán dohodou v Poslanecké sněmovně, na kterou jsme přistoupili, přestože se nám zdála krvavá. Potřetí byl nabourán definitivně na výdajové straně právě těmi rozpočtovými nebo pozměňovacími návrhy v rámci rozpočtu, které znamenaly dalších dvanáct miliard. Janotův balíček neexistuje, přičemž víme, že z daní nejsme schopni vybrat více. /.../ Já jsem nedávno psal někde v novinách, viděl jsem v Budapešti v centru prkny zatlučené obchody. To přijede ten Mezinárodní měnový fond, já před tím nechci strašit, ten scénář je jasný, nebudeme schopni obsluhovat vlastní dluh.

Ve srovnání s dalšími zeměmi EU je ale zadluženost Česka relativně nízká (v tomto smyslu se tedy zároveň jednalo o mystifikační výrok).¹¹⁰ Ve výroku předsedy ODS byla zapojena ještě jedna forma komunikačního manévrování – diskvalifikovala ministra vnitra ve Fischerově vládě Martina Pecinu a jeho počínání. Co se týče Martina Peciny, Jiří Paroubek se ho pokusil hájit:

- Jiří PAROUBEK:

„Tak já bych především chtěl ocenit, že vůdce gerily si vede docela dobře na tom ministerstvu vnitra.“

¹¹⁰ Veřejné dluhy ve světě – Česko si zatím stojí dobře. *České noviny* [online].

Podobným způsobem se Mirek Topolánek emotivně vyjádřil ještě jednou, znovu na téma obsluhy státního dluhu. Zároveň opět kritizoval politiku ČSSD.

- Mirek TOPOLÁNEK:

„Všechny ty nové pozměňovací návrhy a nové návrhy, které dala sociální demokracie, jdou fakticky proti mandatorním výdajům a fakticky jdou do schodku, protože není možné nezaplatit důchody, není možné nezaplatit stavební spoření, půjdou do schodku, budou zhoršovat naši situaci z hlediska obsluhy toho dluhu a budeme ubírat investice prostě do školství, do vzdělávání, do dalších prostě oblastí, které všichni říkáme, že jsou naší prioritou. Je to úplně nesmyslné.“

4.4.6 Ironie

Podle předpokladu se ironicky vyjadřoval především Jiří Paroubek, některé jeho glosy byly zmíněny již výše. Václav Moravec vystoupil z role, která by se dala označit jako neutrální, když předseda ČSSD citoval knihu Václava Klause *Kde začíná zítřek*. Podle ní v období 1990 - 1998 reálný HDP v Česku stagnoval, zatímco růst za následujících deset let (doba vlády ČSSD) dosáhl 47,4 %, čili HDP státu se zvýšil téměř o polovinu.

A) Jiří PAROUBEK:

„Takže to nepíše Jiří Paroubek, to píše Václav Klaus.“

B) Václav MORAVEC:

„Možná už čestný předseda ČSSD spíš.“

Moravec se zapojil i do dialogu s Jiřím Paroubkem, který si už poněkolkáté vypůjčil Topolánkovo označení pro Martina Pecinu.

A) Jiří PAROUBEK:

„Takže pokud jde, já nevím, co je obsahem toho balíčku teď, pokud to bude rozumné, a já předpokládám, že vůdce gerily asi...“

B) Václav MORAVEC:

„Se vám to nějak zalíbilo, nejdřív jste tady...“

A) Jiří PAROUBEK:

„Mně se to strašně líbí, i když někdo připravuje expresivní, hovoří v expresivních výrazech takhle zajímavých, protože je to něco tvůrčího.“

4.5. Shrnutí

Předpokládaný výsledek byl splněn v tom, že nejčastější formou modifikace informace bylo diskvalifikování druhých osob a politických stran (převážně ze strany předsedy ČSSD), Jiří Paroubek používal ironické výroky a Mirek Topolánek se mimo jiné uchýlil k apelování na emoce diváků. V diskuzi se rovněž objevily výroky, které divák mohl vnímat jako propagandistické. Naopak se nesplnil v tom, že diskuze může přejít i do emotivní roviny (ve skutečnosti byla emotivní jen málo), přičemž oba politici jen zřídka slovně útočili jeden na druhého, spíše pouze kritizovali politiku ODS, popřípadě ČSSD.

Oba politici se pokoušeli získat diváky na svou stranu podobnými prostředky. Stejně tak se Jiří Paroubek i Mirek Topolánek dopustili účelových modifikací informací, ačkoliv Jiří Paroubek byl co se týče kvantity aktivnějším z hostů. Václav Moravec se snažil diskuzi udržet v pragmatickém duchu, jak ale může být čitelné z výše uvedených citací, v některých případech nechal své hosty zastrašovat diváky vizemi budoucnosti pod levicovou vládou nebo své hosty nechal opakovat ta samá tvrzení stále dokola.

Nalezené problematické výroky vznikly vesměs ze stranických důvodů. Jiří Paroubek a Mirek Topolánek divákům sdělili jen málo nových nebo nečekaných informací a jednalo se spíše jen o vyvracení argumentů druhé strany – to vše jen málo podpořené fakty.

Vyroky obou politiků rovněž obsahovaly některé logické trhliny. Předseda ODS nejprve mluvil o potřebě shody na poli zahraniční politiky, ale poté divákům prezentoval dilema Východ-Západ (ačkoliv ČSSD se dlouhodobě vyprofilovala jako strana rovněž proevropská, ne proruská). Jiří Paroubek byl pro reformu volebního systému a zohlednění zájmů menších stran, ale sám se přihlásil k autorství tzv.

karlovarizace volebního systému, což by menším politickým stranám zřejmě zkomplikovalo možnost vstoupit do Sněmovny.

Nutno rovněž podotknout, že tento politický dialog trvající více než hodinu a půl nepůsobil příliš přirozeně. Není tím myšleno jen to, že motivace jeho hlavních protagonistů byla specifická nebo že si byli vědomi přítomnosti kamer, ale divák mohl snadno získat dojem, že Topolánek s Paroubkem nepromlouvali k sobě navzájem nebo k moderátorovi, ale že oslovovali voliče své strany a ujišťovali je o neměnnosti svých postojů. Můžeme se domnívat, že s těmito postoji a názory byla daná cílová skupina předem obeznámena a zřejmě se s alespoň částí z nich ztotožňuje.

V běžné komunikaci, pro naše účely si můžeme představit debatu o politice mezi dvěma lidmi mimo politický život, by se implikatury (vyvozování) zřejmě používaly poněkud jiným způsobem. Záleželo by na tom, jak dobře a jestli vůbec se její účastníci znají a mohou si tedy dovolit spolehnout se na vyvozovací schopnosti druhého. Tato komunikace by zároveň byla pro pozorovatele zřejmě méně srozumitelná než v případě Paroubka s Topolánkem, vyjma případu, kdy by ona hypotetická běžná komunikace probíhala u dvou lidí, kteří se právě potkali. Vyskytly by se zřejmě i nejasnosti, které vyžadují slovní ověření („Jak jsi to myslel?“), které se v *Otázkách* neobjevily.

Diskvalifikování by v běžné komunikaci mohlo mít ostřejší formu, záleželo by také na tom, jestli se diskutující shodnou ve svých politických názorech, a také na bezprostředním okolí, kde se diskuze odehrává (na pracovišti by nejspíš diskutující zvolili jiný slovník než v soukromí).

5. ZÁVĚR

Cílem práce bylo shrnutí poznatků o problematice účelové modifikace a manipulace s informacemi a dokázat, že se nejedná o pouze teoretický problém. Přestože se jedná o téma na rozhraní několika oborů, vnímám ho rovněž jako klíčové pro informační vědu. Z jejího pohledu by poznání kognitivních procesů člověka a pochopení procesů lidského vnímání mělo být jedním ze zásadních témat.

Na první pohled by se mohlo zdát, že téma této práce je jednoduché a tím pádem i snadno popsitelné. Každý přece máme určité zkušenosti s klamáním, manipulací nebo alespoň s nedorozuměním v komunikaci. Výše uvedené jevy jsou teoreticky sice dobře zmapované, ve skutečném světě jsou ovšem účelové hry s informacemi často jen obtížně prokazatelné nebo zařaditelné do jednoho jediného teoretického rámce (jak naznačuje zejména starší literatura). Určitý výrok může být jak ironický, tak obsahovat prvky sugerování. Navíc ještě může být alespoň částečně pravdivý.

Už na počátku se vyrýsovalo druhé pro tuto práci zásadní téma. Co je vlastně opak pravdy? Bylo by chybou odpovědět jen prostým konstatováním, že je to lež či nepravda (což nutně nejsou synonyma). Opakem jedné pravdy může být i jiná pravda. Vztah mezi pravdou a lží není přímočaře reciproční. Pozměnění informace rovněž nemusí nevyhnutelně znamenat, že vznikne nepravda.

Smyslem předchozích kapitol není naznačování, že je záhodno být v běžné komunikaci paranoidní. Objektivní komunikace informací je zřejmě pouhou iluzí. Můžeme však předpokládat, že v této práci představené praktiky častěji používáme nezáměrně než záměrně (pokud to jejich povaha umožňuje).

Co se týče pravdivostní hodnoty modifikované informace, může se pohybovat od *téměř* čisté pravdy v případě polopravdy (kdy tato informace sice může odhalovat pravdu, ale ne celou pravdu) nebo emocionalizace až po opak pravdy v případě tzv. bílé lži. Objevuje se zde však rozpor v tom, zda bude mít adresát větší užitek z polopravdivé informace, která má tuto formu za nějakým možná nečestným účelem, nebo z milosrdné lži, která ho například může povzbudit k lepšímu výkonu v budoucnosti.

Ve druhém případě se možná jedná o formálně větší porušení etických pravidel komunikace, to ale neznamená, že by polopravda nemohla v komunikaci napáchat větší škody. Z pohledu informační vědy jsou ovšem škodlivé obě tyto formy, protože ani jedna z nich nepodává pravdivý obraz reality.

Pozoruhodně mnoho z představených forem toho, jak modifikovat informaci, dosahuje svého účinku ne přímou změnou jejího obsahu, ale změnou formy (emocionalizace informace, záměrná nesrozumitelnost), popřípadě pouhou snahou vyvolat v mysli příjemce zpravidla ne úplně přesný dojem (diskvalifikování, práce s kontextem a implikaturami, generalizování, sugerování atd.). V tomto případě se mohou původci informace odvolávat na to nebo se uklidňovat tím – ostatně stejně jako u polopravdy – že z jejich strany nevzešla žádná vyložená lež. Adresát už ale pracuje s formálně sice neporušeným obsahem informace, ale pod zavádějícím dojmem, na základě kterého k ní přistupuje a pracuje s ní.

Tuto myšlenku podporuje i analýza pořadu *Otázky Václava Moravce* s Jiřím Paroubkem a Mirkem Topolánkem. Oba se nejčastěji dopouštěli diskvalifikování druhých a snažili se rovněž divákům vysvětlovat důvody jednání diskvalifikovaných osob a stavět tak toto jednání do jiného světla. Naopak vyložená lež by se Moravcovým hostům dokazovala jen velice těžko právě proto, že se většinou omezili na vzbuzování určitých dojmů, ujišťování a apelování. Jak bylo zmíněno výše, tuto politickou debatu nelze vnímat jako ukázkou přirozené konverzace, přesto má její analýza vypovídací hodnotu.

Společně s Jiřím Cejpkem tak mohu konstatovat, že mezi nejpotřebnější vlastnosti člověka dnes patří schopnost kritického myšlení a zhodnocení každé informace.¹¹¹

¹¹¹ CEJPEK, J., *Informace, komunikace a myšlení*, s. 101-102.

LITERATURA:

Tištěné materiály

- ANZENBACHER, A. *Úvod do etiky*. Praha : Zvon, 1994. 292 s. ISBN 80-7113-111-3.
- BITTMAN, L. *Mezinárodní dezinformace, černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce*. 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 2000. ISBN 80-204-0843-6.
- BITTMAN, L. Československo a mezinárodní dezinformace. In *Manipulátoři : o technikách bojů lži proti pravdě a nenávisti proti lásce*. Praha : Karolinum, 1992. s. 1-51. ISBN 80-7066-621-8.
- BOND, C. F., DEPAULO, B. M. *Accuracy of deception judgments : unpublished manuscript*. Fort Worth : Texas Christian University, 2006.
- BOND Jr., Ch. F.; DEPAULO, B. M. Individual differences in judging deception: accuracy and bias. *Psychological Bulletin*. July 2008, vol. 134(4), s. 477-492.
- CAPURRO, R; HJØRLAND, B. The concept of information. In *Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)*. 2003, n. 37, chap. 8, s. 343-411. Dostupné také z WWW: <<http://www.capurro.de/infoconcept.html>>.
- CEJPEK, J. *Informace, komunikace a myšlení : úvod do informační vědy*. 2. přepr. vyd. Praha : Karolinum, 2005. 233 s. ISBN 802461037X.
- COLEBROOK, C. *Irony*. 1. vyd. London: Routledge, 2004. 195 s. ISBN 0415251338.
- DEPAULO, B. M. et al. Lying in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*. May 1996, vol. 70, s. 979-995.
- DILLOW, M. R.; MORSE, CH. R. Romantic Reconciliation as Influenced by Implicit Theories. *Human Communication*. 2008, vol. 11, no. 3, s. 357 – 366.
- FARKAS, V. *Lži za války a v míru : tajná moc tvůrců veřejného mínění*. Praha : Mladá fronta, 2006. ISBN 80-204-1357-X.

- FATT, J. The anatomy of persuasion. *Communication World*. Dec97/Jan98, vol. 15, issue 1.
- GERWEHR S.; GLENN R. *The Art of Darkness: Deception and Urban Operations*. Santa Monica : RAND, 2000. 81 s. ISBN 0-8330-2787-5
- HARTLEY, J. *Understanding News*. 1. vyd. London ; New York : Methuen, 1982. 208 s. ISBN 0415039339.
- HLAVÁČEK, L. *Že bychom si nerozuměli?* Praha : Ministerstvo obrany České republiky – AVIS, 1997. 94 s. ISBN 84-86049-03-5.
- HOFFMANNOVÁ, J. *Stylistika a...* Praha : Trizonia, 1997. 200 s. ISBN 80-85573-67-9.
- HORVAI, I. *Spánek, sny, sugesce a hypnóza*. Praha : Státní zdravotnické nakladatelství, 1968.
- HUYILA, I. Information work analysis: an approach to research on information interactions and information behaviour in context. *Information Research*. 2008, vol. 13, issue 3.
- KOŤÁTKO, P. *Význam a komunikace*. Praha : Filosofia, 1998. 294 s. ISBN 80-7007-117-6.
- KŘIVOHLAVÝ, J. *Povídej – naslouchám*. Praha : Návrat, 1993.
- KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.
- LAAR, J. A. van. Don't say that! *Argumentation*. 2006, vol. 20, no. 4.
- LACEY, N. *Image and representation : key concepts in media studies*. 1. vyd. New York : St. Martin's Press, 1998. 272 s. ISBN 0333644360.
- LEVINSON, S. *Presumptive Meanings: the Theory of Generalized Conversational Implicature*. Cambridge (MA) : MIT Press, 2000. 450 s. ISBN 0262621304.
- MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize*. 1. vyd. Brno : Doplněk, 2000. 355 s. ISBN 80-7239-063-5.
- MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999. ISBN 978-80-7367-574-5.

- MERTA, A. *Společenské aspekty komunikace odborných informací*. Praha : ÚVTEI, 1970.
- MLEZIVA, E. *Diktatura informací : jak s námi informace manipulují*. Plzeň : Aleš Čeněk, 2004. ISBN 80-86898-12-1.
- MLEZIVA, E. *Encyklopedie lži, podvádění a klamání s příklady a obrana proti nim*. Praha : Vyšehrad, 2000. ISBN 80-7021-391-4.
- PAVLÍČEK, L., CÍRKVA, Č. Střihová skladba. In *Filmové technické minimum*. Praha : Čs. filmový ústav, 1982.
- PETERSON, R. L. *Strange bedfellows : how late-night comedy turns democracy into a joke*. Chapel Hill : Rutgers University Press, 2008.
- POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 1999. 190 s. ISBN 80-204-0747-2.
- PŘÍBRAMSKÁ, I. *Úvod do informačního chování*. Praha : Univerzita Karlova, 2008. 14 s.
- RŮŽIČKA, M. *Informace a dobro*. Praha: Ježek, 1993. 82 s. ISBN 80-901625-2-5.
- RYBÁR, L. *Základy rétorickej komunikácie*. Bratislava : OBZOR, 1980.
- SAKAGUCHI, J. A. *Appearing to deceive while answering questions : suspicion bias, probing effect, and the nonverbal primacy effect in the courtroom*. 1993.
- SKLENÁK, V. et al. *Data, informace, znalosti a Internet*. 1. vyd. Praha : C. H.Beck, 2001. ISBN 80-7179-409-0.
- SRPOVÁ, H. Manipulace a persvaze. In *Od informace k reklamě*. Ostrava : OU, 2007.
- STOHL, C.; REDDING, W.C. Messages and message exchange processes. In *Handbook of organization communication: An interdisciplinary perspective*. Newsbury Park : Sage, 1987.
- STUPARIČOVÁ, K. *Přehled základních nedostatků a příčin ztrát informací při špatném naslouchání v rámci mluvené komunikace*. Praha, 2006. 43 s., 9 s. příl. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí diplomové práce Peter Pálka.

- ŠŤASTNÁ, S. *Informace a její úloha ve zpravodajství : (současná podoba zpravodajské informace)*. Praha, 2004. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.
- TODA, M. Information-receiving behavior of man. *Psychological Review*. 1956, vol. 63, no. 3.
- VYBÍRAL, Z. Komunikační manévrování. *Psychologie dnes*. 2000, no. 10.
- VYBÍRAL, Z. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Praha : Portál, 2003. ISBN 80-7178-812-0.
- VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Praha : Portál, 2000. 264 s. ISBN 80-7178-291-2.
- VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 978-80-7367-387-1.
- WATZLAWICK, P. *Jak skutečná je skutečnost? : mylné představy, klamání, porozumění*. Hradec Králové : Konfrontace, 1998. 234 s. ISBN 80-86088-00-6.
- WHALEY, B. Toward a General Theory of Deception. *The Journal of Strategic Studies*. 1982, vol. 5, no. 1, s. 178-192.
- ZADRAŽILOVÁ, I. *Informace a dezinformace z hlediska jejich dopadu na společnost*. Brno, 2007. Bakalářská práce. FF MU v Brně.
- ŽALOUDEK, K. *Encyklopedie politiky*. Praha : Libri, 1999. ISBN 80-85983-75-3.
- WILSON, T. D. Human information behavior. *Informing science*. 2000, vol. 3, no. 2, s. 49-55. Dostupný také z:
<<http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>>.

Elektronické zdroje

- BINKA, B. Ubráníme se? – pokus o stručnou typologii současné mediální komunikace. Část 1. *Britské listy* [online]. 2005 [cit. 2009-08-31]. Dostupné z WWW: <www.blisty.cz/2005/8/31/art24750.html> .

- BINKA, B. Ubráníme se? – pokus o stručnou typologii současné mediální komunikace. Část 2. *Britské listy* [online]. 2005 [cit. 2009-09-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/24767.html>>.
- BINKA, B. Ubráníme se? – pokus o stručnou typologii současné mediální komunikace. Část 3. *Britské listy* [online]. 2005 [cit. 2009-09-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/24782.html>>.
- *Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy /TDKIV/* [online zdroj]. Praha : Národní knihovna České republiky, c2005-2010 [cit. 2010-02-14]. Dostupné z URL: <http://sigma.nkp.cz/F/?func=file&file_name=find-b&local_base=kt>.
- DANDA, O. ODS snižuje náskok ČSSD, VV klepou na bránu Sněmovny. *Novinky.cz* [online]. 2010 [cit. 2010-03-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.novinky.cz/domaci/192537-ods-snizuje-naskok-cssd-vv-klepou-na-branu-snemovny.html>>.
- *ESO pro ODS* [online]. 2010 [cit. 2010-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://zpravy.ods.cz/docs/pdf/ekonomicka-skupina-odborniku-profilu.pdf>>.
- KOOPMANS, M. *Schizophrenia and the Family: Double Bind Theory Revisited*. 1997. Dostupné z WWW: <<http://www.goertzel.org/dynapsyc/1997/Koopmans.html>>.
- McDONALD, A; LENE, P. *Propaganda techniques* [online]. 2003 [cit. 2010-02-12]. Dostupné z WWW: <<http://mason.gmu.edu/~amcdonal/Propaganda%20Techniques.html>>.
- Media manipulation. *The free dictionary* [online zdroj]. Huntingdon Valley : Farlex, c2010 [cit. 2010-01-23]. Dostupné z WWW: <<http://encyclopedia.thefreedictionary.com/media+manipulation>>.
- MICHL, A. Aleš Michl. *Aktuálně.cz* [online]. Dostupné z WWW: <<http://blog.aktualne.centrum.cz/blogy/ales-michl.php>>.
- Otázky Václava Moravce. *Česká televize* [online]. 2010 [cit. 2010-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/detail.php?idp=10252554657&mday=1.04.2010&time=12%3A00&ch=1&deid=1225&archiv=1>>.

- Paroubek: KSČM do vlády nechci, menšinová vláda je ale možná. *ČT24* [online]. 2010 [cit. 2010-03-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.ct24.cz/domaci/84549-paroubek-kscm-do-vlady-nechci-mensinova-vlada-je-ale-mozna/>>.
- Propaganda. *The free dictionary* [online zdroj]. Huntingdon Valley : Farlex, c2010 [cit. 2010-01-17]. Dostupné z WWW: <<http://encyclopedia.thefreedictionary.com/propaganda>>.
- *Slovník cizích slov online* [online]. 2007- [cit. 2009-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.slovník-cizich-slov.kvalitne.cz>>.
- STEM – preference politických stran – březen 2010. *Středisko empirických výzkumů* [online]. 2010 [cit. 2010-03-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.stem.cz/clanek/1935>>.
- ŠKOCHOVÁ, M. Volební kampaň - sliby či něco víc? *Internetový politický časopis e-Polis* (online). 2008 [cit. 2010-04-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.e-polis.cz/nezarazene-clanky/268-volebni-kampan-sliby-ci-neco-vic.html>>.
- ŠTICHA, L. Mimořádně sledované Otázky Václava Moravce na ČT24. *Česká média* [online]. 2010 [cit. 2010-03-09]. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskamedia.cz/article.html?id=316557>>.
- Veřejné dluhy ve světě – Česko si zatím stojí dobře. *České noviny* [online]. 2010 [cit. 2010-03-10]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskenoviny.cz/tema/zpravy/zahranicni-dluh-cr-vzrostl-na-1-51-bilionu-385629&id_seznam=5552?id=373458&id_seznam=5552/>.
- Volební preference politických stran (přelom února a března). *SANEP.cz* [online]. 2010 [cit. 2010-03-18]. Dostupné z WWW: <<http://www.sanep.cz/pruzkumy/volebni-preference-politicky-stran-prelom-unora-a-brezna/>>.